



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA HUNTER PERÚ S.A.C., INDEPENDENCIA
2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:
VICTORIANO RUBEN CORDOVA VILLAVICENCIO

ASESOR:
Dr. JUAN MANUEL VASQUEZ ESPINOZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

**LIMA – PERÚ
2018**

JORNADA DE INVESTIGACIÓN N° 2
ACTA DE SUSTENTACIÓN

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, PRESENTADO EN LA MODALIDAD DE: DESARROLLO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN CON

Presentado por don (a) VICTORIANO RUBEN CORDOVA VILLAVICENCIO

Cuyo Título es: GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
DE LA EMPRESA HUNTER PERÚ SAC, LIMA 2018

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 13.....(número) TRECE.....(letras).

Lima 19 de JUNIO del 2018.


PRESIDENTE

Dr. Pedro Cornejo


SECRETARIO


VOCAL

Dr. Vasquez Espinoza Juan Manuel

NOTA: En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Agradecimiento

En primer lugar, a Dios por su bendición y guiarme al logro de mis objetivos, a mis profesores por su tiempo y dedicación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, VICTORIANO RUBEN, CORDOVA VILLAVICENCIO con DNI N° 09906363, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Administración, Escuela de Ciencias Administrativa, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica. Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 12 de julio del 2018

VICTORIANO RUBEN CORDOVA VILLAVICENCIO

D.N.I.: 09906363

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaración de Autenticidad	iv
Resumen	vii
Abstrac	viii
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad problemática	1
1.2 Trabajos previos	4
1.2.1. Antecedentes Internacionales	4
1.2.2. Antecedentes nacionales	6
1.3. Teorías relacionadas al tema	9
1.4. Formulación del problema de investigación	21
1.4.1. Problema General	21
1.4.2. Problemas Específicos	21
1.5. Justificación del estudio	21
1.5.1. Teórica	21
1.5.2. Práctica	22
1.5.3. Metodológica	22
1.6. Hipótesis	22
1.6.1. Hipótesis General	23
1.6.2. Hipótesis Específicos	23
1.7. Objetivos	23
1.7.1. Objetivo General	23
1.7.2. Objetivos Específicos	23
II. METODOLOGIA	
2.1 Diseño de investigación	24
2.1.1 Tipo de Investigación	24
2.1.2 Nivel de Investigación	24
2.2. Variables y operacionalización:	25
2.2.1. Variables Operacionales	26
2.3 Población y muestra	28
2.3.1 Población	28
	29
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	30
2.4.1 Validez	31
2.4.2 Confiabilidad	32
2.5 Métodos de análisis de datos	34
2.6 Aspectos éticos	34
III.RESULTADOS	
3.1 Análisis descriptivo de las variables	35
3.2 Prueba de normalidad	43
3.3 Contraste de hipótesis	43

IV. DISCUSIÓN	48
V. CONCLUSIONES	51
VI. RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
ANEXOS	55
ANEXO 1: Matriz de consistencia	56
ANEXO 2: Instrumentos	57
ANEXO 3: Pantallazos prueba de confiabilidad	65

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como título gestión estratégica empresarial y comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C., Independencia, 2018, con el objetivo general de determinar la relación entre la Gestión Estratégica y comunicación organizacional en la Empresa Hunter S.A.C, 2018-Independencia; teniendo como principal autor de la gestión estratégica a José Betancourt con su libro el Cuarto Paradigma y a Idalberto Chiavenato como autor principal del libro de Comunicación Organizacional.

La investigación se realizó con dos variables Gestión Estratégica y Comunicación Organizacional ya que pretendemos relacionarlas para mejorar el desempeño de los colaboradores creando estrategias que permitan garantizar el futuro de la Empresa.

La investigación es de diseño no experimental, de corte transversal, tipo de investigación descriptiva correlacional y básico con una muestra censal de 15 colaboradores de la empresa, instrumento que se aplicó a los trabajadores de dicha empresa, para explorar en cuanto al desarrollo de la empresa se utilizó la técnica de la encuesta para la recopilación de información.

En modo de conclusión, se logró contrastar que la gestión estratégica empresarial en la empresa Hunter Perú S.A.C., establece una buena relación mediante la comunicación organizacional según los resultados de estadística realizados en esta investigación.

Palabras clave: Gestión Estratégica, Comunicación Organizacional

Abstract

The present work of investigation has like title strategic business management and organizational communication in the company Hunter Peru S.A.C., Independence, 2018, with the general objective to determine the relation between the Strategic Management and organizational communication in the Enterprise Hunter S.A.C, 2018-Independence; having as main author of the strategic management to José Betancourt with his book the Fourth Paradigm and Idalberto Chiavenato as the main author of the book of Organizational Communication.

The research was carried out with two variables Strategic Management and Organizational Communication since we intend to relate them to improve the performance of the collaborators creating strategies that allow guaranteeing the future of the Company.

The research is of non-experimental, cross-sectional design, type of correlational and basic descriptive research with a census sample of 15 employees of the company, an instrument that was applied to the workers of that company, to explore the development of the company the survey technique was used for the collection of information.

In conclusion mode, it was possible to contrast that the strategic business management in the company Hunter Peru S.A.C., establishes a good relationship through organizational communication according to the statistical results made in this research.

Keywords: Strategic Management, Organizational Communication

I. INTRODUCCIÓN

1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA

Actualmente, a nivel internacional, se ha observado acontecimientos en el ámbito empresarial donde los trabajadores se han sentido insatisfechos por la falta de una buena gestión y comunicación dentro de las organizaciones. Esto es debido, a los diversos factores de fricción laboral que presentan las instituciones empresariales; convirtiéndose en una situación de interés y preocupación para los representantes o gerentes; puesto que, se debe tomar en cuenta cuanto influye el desempeño de los trabajadores realizando sus actividades y por lo tanto su relación con el cliente.

En ese sentido, la doctora Carmen López Lavid es directora de comunicaciones de MSN España, quien señaló que le resulta difícil a las empresas una correcta gestión estratégica relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial. Indicó también, que la integración que realice la empresa en relación a la RSC, en lugar de ser una cuestión técnica debería ser una gestión estratégica que tendría que ser asumida por todos los miembros de la organización; es decir, que las empresas deben buscar estrategias de desarrollo y que se realicen de forma conjunta para cumplir con sus objetivos, exigiéndose de forma general hasta conseguir un enfoque innovador en cuanto a gestión y el desempeño de los trabajadores de esta forma aprovechar la fuerza colectiva de la organización

Además, una gran mayoría de los líderes de negocios a nivel mundial comentan que cerca de dos tercios (63 por ciento), admiten que sus objetivos de crecimiento representan un desafío significativo. Este desafío en España no supera el 50%. Es preciso mencionar que una gestión debe velar por el desempeño crecimiento y desarrollo ya que forma parte de su trabajo.

Por ende, determinar cómo se siente el empleado con referencia a la cultura organizacional reinante. Analizar cómo se comunican las cosas en la empresa, cómo se elaboran los mensajes, cuándo se comunica. La cultura organizacional está íntimamente relacionada con la comunicación, tanto escrita como oral y de “costumbres” que caracterizan los comportamientos y las interrelaciones de las distintas áreas de la compañía. En los últimos tiempos una tendencia que comenzó a observarse, especialmente, desde los comienzos del nuevo siglo, en lo que se refiere a tendencias en Gestión de RR.HH., se

considera que la vida de una persona es un “todo”, lo personal influye en lo laboral y viceversa.

En ese sentido, hoy en día ya no se pueden separar los dos mundos. Hay que integrar. El hombre actual ha aprendido a convivir con el hecho de estar disponible para su trabajo durante 24 horas por 7 días de la semana; y para esta nueva forma de vida que se plantea a nivel global, la tecnología es fundamental, de hecho, es la que nos permite estar alerta a las novedades de la sociedad, el mundo y el trabajo en tiempo real, y a la vez, permanentemente interrelacionados con diferentes ambientes y grupos de personas. Y esto creció en forma exponencial en los últimos años.

A nivel nacional hace algunos años en el Perú, ante la necesidad del trabajo y en busca de una remuneración digna, se ha generado la iniciativa del emprendimiento al crear un negocio propio con el objetivo de solventar necesidades básicas y generar ganancias que permitan el crecimiento de los mismos; puesto que, dichos emprendedores se han ido convirtiendo en parte del auge del desarrollo y crecimiento socio-económico del país; pero algunos de estos emprendedores han surgido paulatinamente y otros han tenido que cerrar sus negocios por la carencia de conocimientos estratégicos que permitan lograr un mejor manejo de sus empresas. Es más que evidente en nuestra sociedad la falta de conocimiento para el mejoramiento de una gestión administrativa organizacional implica pérdidas de ganancias innumerables, tanto cualitativa como cuantitativamente; por defecto, ante la falta de estrategias organizacionales e innovadoras las pequeñas empresas no superan ni al año de su creación.

Según su experiencia y aportación al respecto, (Matta I., 2018), refiere “que 9 empresas medianas de 10, cierran sin culminar el quinto año de su creación, pues este atribuye a cinco causas fundamentales: No realizar planes estratégicos a largo plazo, es decir, cuando un proyecto no tiene planes a largo plazo y se concentra en el “ahora y el aquí”, pues no debería esperar futuro alguno; menciona como otra de las causas a los presupuestos conservadores o ineficaces de marketing; es decir muchos de ellos no son capaces de entender las reglas indispensables de las inversiones y las finanzas, por lo que no es sorprendente que, en la mayoría de casos, las acciones de Marketing resulten ineficaces. Asimismo, la mala gestión financiera de los beneficios, comúnmente en la pequeñas y medianas empresas éstos tienen un fin alterno, o sea se destinan a otro uso, más no lo reinvierten; aunque lo recomendable

sería reinvertir todos los beneficios los primeros 5 años para una mejor obtención de ganancias; otra causa también es la falta de estrategias en recursos humanos y gestión del talento, cuando la empresa no da el valor elemental al capital humano se convierte en un problema que requerirá atención inmediata; como última causa atribuye a la falta de inversión en investigación, desarrollo e innovación, generalmente los emprendedores no dan la importancia que amerita el caso en generar presupuestos de inversión en cuanto a un área específico de investigación que les permita prevenir los posibles acontecimientos ya sean de progreso o deceso organizacional”.

Del mismo modo, en su artículo (Tolentino, 2014) describe que:

“la gestión estratégica e innovación en las pymes peruanas bajo el actual contexto de crisis económica internacional; tiene por objetivo plasmar el reto que significa para las Pequeñas y Micro empresas (PYMES) peruanas, en términos de gestión e innovación, hacer frente a la alta competencia en una economía abierta; teniendo como marco un contexto de la crisis financiera internacional que se inició en el año 2008 y que aún no termina, lo que reafirma la tendencia cíclica del capitalismo, el gran potencial desestabilizador del sistema financiero actual y la alta competencia que afecta la competitividad de cualquier economía, con grandes impactos para las economías desarrolladas y en desarrollo, específicamente en la economía peruana donde ya empiezan a detectarse sus primeros efectos. Al no estar inmersos a dicha situación de globalización, la presencia de estas empresas transnacionales en los países en desarrollo es creciente y responde a la necesidad de reducir costos en la elaboración de los bienes o servicios”.

Debemos reconocer que el Estado Peruano no promueve con mayor énfasis y acertación en el incentivo de las pequeñas y medianas empresas en cuanto a la preparación administrativa, cada empresa debe contar con un presupuesto destinado a pagar las capacitaciones del personal administrativo y preparación del personal en general de acuerdo a las actividades que estas realizan para obtener mejores resultados y contribuir en el mejoramiento de la misma.

Paralelamente la informalidad laboral, según datos del INEI, el Perú cuenta con un promedio de 49.9 % de trabajadores informales, esto es, debido a diversos factores sociales; las pequeñas y medianas empresas no arriesgan presupuestos para contratar personal con la capacidad necesaria y eficiente para su desenvolvimiento dentro de la organización; cuando no hay una gestión adecuada es complicado lograr los objetivos que la empresa se haya propuesto a corto y largo plazo.

Del mismo modo, las empresas nacionales afrontan una problemática en cuanto a la comunicación entre la gerencia y las diferentes áreas de la organización ya que no permiten una adecuada coordinación para el mejoramiento y una adecuada realización de actividades dentro de la empresa.

A nivel local, la presente investigación hace referencia a la gestión estratégica y comunicación organizacional dentro de la empresa HUNTER PERÚ SAC.; debido a la carencia del proceso de gestión empresarial en su desarrollo como organización; lo cual ha generado como consecuencia de ello continuas pérdidas de recursos humanos, pérdidas de utilidades, baja producción y otros, creando una situación que requiere de soluciones, aportes y propuestas alternas para lograr la estabilidad, desarrollo y crecimiento de la organización.

En alusión a los problemas que se identificaron dentro de la empresa HUNTER PERÚ SAC; para la realización de esta investigación se tomaron de acuerdo a la necesidad y a la urgencia que amerita y dado el riesgo que pueda conllevar a una posible situación crítica dentro de la organización. Con el fin de reunir información sobre la variable de la investigación a estudiar, se ha revisado investigaciones realizadas con antelación, entre las cuales destacan estudios realizados a nivel internacional y nacional.

1.2 TRABAJOS PREVIOS

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Hernández (2013), en su tesis doctoral: “Modelo de gestión estratégica empresarial según nuevas tendencias: intangibles e innovación de la calidad total. Aplicación al sector camaronero de Venezuela”. Departamento de Estadística, Econometría, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada de la Universidad de Córdoba. El estudio que se realizó se utilizó una aplicación empírica del modelo de gestión GESINCA. Tuvo como objetivo general, diseñar un modelo de gestión empresarial de acuerdo a las nuevas tendencias: intangibles y calidad total, de aplicación a las empresas del sector camaronero de Venezuela.

Su metodología de esta investigación es cualitativa y de tipo descriptivo y exploratorio, diseño no experimental. Concluyó, que tanto en el campo de los intangibles como en el de calidad total, ha proporcionado nuevas ideas en el área de la gestión empresarial que nos sugiere la integración de los conceptos referidos en un modelo integral

de gestión que se dirija a la excelencia; además incorpore las nuevas tendencias del mercado estando dotado de un carácter dinámico que permita la adaptación a los cambios del entorno. En su investigación refiere adaptarse y optar por nuevas oportunidades para mejorar el área de investigación siendo un aporte que sumará a los cambios que la empresa necesita en participación de sus colaboradores.

Balarezo (2014) en su tesis: “La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE”, para obtener el Título de Ingeniero de Empresas, Universidad Técnica De Ambato Facultad De Ciencias Administrativas, Ecuador.

Tuvo como objetivo el mejoramiento de la comunicación organizacional interna de la empresa SAN MIGUEL DRIVE y el desarrollo organizacional por medio del diseño de estrategias; esto es desarrollando estrategias acordes a la realidad y a las necesidades de la organización para tener comunicación organizacional interna eficaz. En cuanto a la metodología que se utilizó es la aplicada con un enfoque cualitativo porque se analizó detenidamente la Comunicación Interna y el Desarrollo Organizacional.

En conclusión, las falencias que presentó la comunicación organizacional interna estaba repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización, además influye directamente sobre la baja productividad de la empresa San Miguel Drive así como también en las actitudes de los trabajadores; es decir la comunicación organizacional interna de la empresa no está cumpliendo con las funciones respectivas, como el de generar identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa y tampoco fortalece las relaciones interpersonales entre los colaboradores.

El estudio presento problemas de actitud partir del resultado obtenido se dará solución a la falencia de la buena comunicación que está realmente malogrando el clima institucional de los colaboradores y directivos.

Guerrero y Vélez, (2013), “Propuesta de un modelo de Gestión Estratégica empresarial e indicadores de excelencia para la mediana empresa de Guayaquil caso Omaconsa S.A. En su tesis para obtener el grado de Máster de la Universidad politécnica Salesiana, Ecuador.

Tuvo como objetivo el estudio de las principales causas que limitan el proceso de planeación estratégica y su ejecución; es decir, su finalidad es diseñar e implementar un modelo de gestión estratégica para la Mediana Empresa. La metodología de este estudio fue de tipo cuantitativa y cualitativa de tipo investigativo.

En conclusión, este estudio permitió conocer la realidad de varias de las medianas empresas del medio y a su vez constatar que el modelo de administración mayoritariamente carece de planificación, reduciendo la gestión gerencial a un ejercicio reactivo ante las contingencias que se presenta en el día a día, el contexto se relaciona más con la buena fortuna que con una administración estratégica y sistemática; lo cual tiene la desventaja en la pérdida de oportunidad de aprendizaje y gestión de conocimiento.

En nuestro país es un claro ejemplo las pequeñas y medianas empresas quienes llevan este estilo de empresa y una organización en esta condición no alcanza a conocer si sus decisiones fueron realmente estratégicas, porque desconocen las acciones que permiten llegar a cumplir sus metas y lograr su visión.

Aracil (2016), “Gestión estratégica de la reputación. Eje central en la anticipación de la gestión empresarial” tesis para obtener el grado de doctor en la universidad complutense de Madrid. El objetivo de esta tesis es analizar la reciente evolución de la comunicación empresarial y del contexto social en el que se produce para proponer a partir de este análisis un modelo de organización de su gestión que responda a las exigencias del futuro previsible. La investigación se ha abordado desde una perspectiva fenomenológica, consecuentemente con una metodología cualitativa basada en la observación y el estudio, el análisis y la inducción para extraer las conclusiones finales.

Los Intangibles tiene cada vez más importancia en el conjunto de los activos de la Empresa – La Reputación es el activo más valioso de la empresa – El espacio en el que se conforma la Reputación es el de los Medios de Comunicación – La gestión de la Reputación de la empresa es la gestión de sus Relaciones corporativas.

1.2.2 Antecedentes Nacionales:

Lozano (2013), “Gestión estratégica universitaria para mejorar el posicionamiento del contador público del centro del Perú”, tesis para optar el grado académico de doctor en

contabilidad y finanzas. El objetivo de estudio es ¿En qué medida la gestión estratégica universitaria mejora el posicionamiento del Contador Público del Centro del Perú? Es emergente, inédito y primigenio por que las universidades no planifican, organizan, direccionan y controlan estratégicamente su gestión; para lograr la misión, visión, metas y objetivos de posicionamiento holístico. La investigación fue de tipo aplicativo y de nivel explicativo, siendo la muestra intencionado no probabilístico. Se realizó en la Región Junín y Cerro de Pasco.

Siendo el diseño metodológico pre experimental xxiii para la aplicación de los cuestionarios previamente se estableció su validez y confiabilidad por juicio de expertos. Realizada la discusión y análisis de los resultados, donde concluyó parcialmente nos confirman la hipótesis de que efectivamente la gestión estratégica universitaria mejora el posicionamiento del Contador Público del Centro del Perú; hecho que es contrastado con la prueba de hipótesis de chi cuadrado por decisión estadística.

Montero, M. y Rodríguez, D (2014), “Comunicación interna y gestión organizacional en la institución educativa Micaela bastidas, distrito de Iquitos, 2013”, tesis para obtener el grado académico de Magister en Gestión Educativa de la Universidad nacional de la Amazonía peruana, Iquitos.

Tuvo como objetivo establecer la relación entre la Comunicación Interna y la gestión organizacional en la Institución Educativa Micaela Bastidas. La investigación según el alcance fue de tipo correlacional porque buscó establecer la asociación entre los temas: comunicación interna y gestión organizacional, es decir de qué forma provoca una variable a la otra. El diseño general de la investigación fue el no experimental de tipo transaccional correlacional.

Donde concluyó que los directivos de la Institución Educativa Primaria Secundaria de Menores N° 601050 “Micaela Bastidas”, del Distrito de Iquitos debe internalizar la comunicación interna y una gestión organizacional adecuada que repercutan en el aprendizaje que tienen sus estudiantes y usuarios externos y tomar las decisiones oportunas en bien de la calidad del aprendizajes de los estudiantes; asimismo mejorar la comunicación dentro de su institución desarrollando tipos, canales e instrumentos de comunicación eficaces con el fin de mejorar la calidad de la comunicación de todos los agentes educativos.

Trefigli (2013). “Gestión Estratégica y Creación de Valor en el Sector Público: Estudio de caso sobre el Desarrollo de Evaluaciones de Conocimientos en el Servicio Civil Peruano (2008-2012), en su tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Gestión pública de la facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tuvo como objetivo realizar un acercamiento al complejo proceso de la gestión pública, siendo el caso tratado parte de un proceso de reforma administrativa; identificar los aspectos estratégicos principales que tuvo la gestión desplegada en la intervención en sus experiencias de implementación, realizadas durante los años 2009 y 2010. Es de tipo de metodología descriptivo, cualitativo y cuantitativo.

Se identificaron las dificultades del entorno político de la intervención, y se implementaron mecanismos de persuasión para concretar la participación de los actores coproductores del proceso y se generó una solución técnica para el problema público de las capacidades de los trabajadores del sector público, y se logró organizar los recursos con que contaba SERVIR para implementarse en dos experiencias de aplicación, generando conocimiento útil para mejorar la metodología, finalmente, a través de un proceso de evaluación.

López (2015), “la comunicación organizacional como ventaja competitiva en la municipalidad provincial de Andahuaylas, 2015”, Tesis Para Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas. Tuvo como objetivo “argumentar la comunicación organizacional como ventaja competitiva la hipótesis general es “existe una comunicación organizacional moderada como ventaja competitiva en la Municipalidad Provincial de Andahuaylas, 2014”. El tipo de investigación utilizada es no experimental, con un diseño descriptivo simple; el método de análisis de datos.

Los resultados demuestran que la comunicación organizacional como ventaja competitiva en la Municipalidad Provincial de Andahuaylas se da de manera débil; por ello se tiene que mejorar varios aspectos, como el flujo de información, los tramites documentarios, los mecanismos que llevan a la toma de decisiones, las relaciones interpersonales; además de saber manejar los procesos administrativos como es: planear, organizar, dirigir, y controlar de manera correcta los recursos de la institución.

Considerando la comunicación organizacional en la organización es un aliado a que la información sea transparente con tus colaboradores y marche bien la gestión, si ocurre lo contrario lo tomamos como una debilidad.

1.3 TEORÍAS RELACIONADAS

1.3.1. Gestión estratégica empresarial

Para hablar de gestión estratégica empresarial debemos empezar por conocer los términos que lo componen: Gestión, según la Real Academia Española (RAE), lo define como un “conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar un negocio o una empresa.

En tal sentido Gestión, es la administración, orientación o conducción de un quehacer, de un área del saber humano o de un sistema teórico administrativo. Así como, técnicamente es el conjunto de operaciones y actividades de conducción de los recursos para lograr los propósitos establecidos. En consecuencia, la gestión armoniza medios y fines.

Estrategia: “es el arte de dirigir las operaciones, habilidad para dirigir un asunto”. Entonces de acuerdo a los conceptos de cada uno podría definirse la gestión estratégica como: “Acción y efecto de administrar hábilmente un negocio”.

Según Betancourt (2006), manifiesta que gestión estratégica es “El arte y/o ciencia de anticipar y gerenciar participativamente el cambio con el propósito de crear permanentemente estrategias que permitan garantizar el futuro del negocio” (p. 106). Es decir, para tener una gestión estratégica organizacional esta debe ser atendida con anticipación a los actos realizables en la empresa con una proyección a corto y largo plazo lo que va a permitir tener un control de resultados que permita prever situaciones complejas.

Asimismo, debemos entender que, debido a los cambios ocurridos en nuestros tiempos, gestión estratégica es mucho más que la definición anterior, y propone una definición más acertada y completa de gestión estratégica, donde lo refiere como:

“La acción y efecto, por parte de la gerencia, de crear las estrategias adaptativas que requiere el negocio para sobrevivir a corto plazo y las estrategias anticipativas para ser competitivos a mediano y largo plazo” (Betancourt, 2002, p.27).

(Betancourt, 2002, p.107). Según el autor, justifica esta definición señalando que a través de la gestión estratégica las organizaciones logran posicionarse en los mercados en forma competitiva, con gran solidez corporativa, con motivación y educación del personal, con mejoras en el desempeño y en los procesos productivos y reduciendo sus costos, además se toma en cuenta a todos los miembros de la organización, a fin de conocer sus inquietudes, sus aportes al proceso productivo y establecer los objetivos específicos de cada departamento con el propósito de lograr, a través del poder que se le concede a la gente, la consecución de los objetivos organizacionales

Es decir, la gestión estratégica empresarial es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos, porque se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo y los sistemas de información, para lograr el éxito de una organización. Valdez M. (03 de septiembre de 2014). Concepto e importancia de la administración estratégica. [Mensaje de un blog].

Entonces, se puede asumir que la actitud que se asume frente a los procesos y las habilidades que ha desarrollado la organización para resolver situaciones diferentes da inicio a una gestión estratégica. Es preciso aclarar que la gestión estratégica no es sinónimo de Gerencia Estratégica o Planificación Estratégica; haremos referencia todo en cuanto al tema en mención.

Del mismo modo, la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC, 2014), define a la gestión estratégica como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones de diferentes funcionalidades que permitirán a las organizaciones alcanzar sus objetivos. Es el proceso de especificar los objetivos de las organizaciones, desarrollando políticas y planes para alcanzar esos objetivos, y asignando recursos para implementar esas políticas y planes.

También, la gestión estratégica se define como un conjunto de decisiones y acciones administrativas que determinan el rendimiento a largo plazo de una corporación. Incluye el análisis ambiental (interno y externo), la formulación de la estrategia (planificación estratégica o a largo plazo), implementación de la estrategia, así como la evaluación y el control; esto es una combinación de actividades de varias áreas funcionales de una

organización para lograr objetivos organizacionales, algunos autores señalan que es el nivel más alto de actividad gerencial.

Betancourt, (202, p. 29) Según el autor la gestión se desarrolle de acuerdo a los procesos y obtenga resultados que permiten el logro del éxito organizacional, Betancourt (citado por Joel Barker, 3), aduce que las claves de la gestión estratégica empresarial para los que desean ser competitivos son: primero, la excelencia; segundo, la innovación y tercer lugar la anticipación Veamos cada una de nuestras dimensiones:

1.3.1.1. Excelencia empresarial

Es la base mínima de partida para competir, sin ella, la organización no tiene futuro es un fundamento básico de las organizaciones para el S. XXI, es un problema de comparación, los componentes que hacen que funcione una gerencia por excelencia son: la calidad total que involucra calidad humana y calidad de procesos y lo que más priva es la calidad del individuo, que realiza la tarea (Betancourt, 2012, p.29).

Es decir, es el conjunto de prácticas sobresalientes en la gestión de una organización y el logro de resultados basados en conceptos fundamentales que incluyen: la orientación hacia los resultados, orientación al cliente, liderazgo y perseverancia, procesos y hechos, implicación de las personas, mejora continua e innovación, alianzas mutuamente beneficiosas y responsabilidad social (<http://www.excelencia-empresarial.com/>).

También, puede ser definida: “La excelencia empresarial es organizar, gestionar y hacer todo bien a la primera, SIEMPRE Y TODOS, en todos los ámbitos de la organización, logrando resultados integrales excelentes planificados. Volter P. (04 de diciembre de 2016). Lograr la excelencia empresarial en Loja Ecuador. Todoloja.

Mayormente en esta dimensión de la excelencia empresarial se hace el uso de la lógica REDER (Resultados, enfoque, despliegue, evaluación y revisión). Veamos

Resultados, consiste en lo que la organización consigue. En una organización excelente, los resultados muestran tendencias positivas o un buen nivel sostenido, los objetivos son adecuados y se alcanzan, los resultados se comparan favorablemente con los de otros y están causados por los enfoques.

Enfoque, es lo que la organización piensa hacer y las razones para ello. Es decir, el enfoque será sano (con fundamento claro, con procesos bien definidos y desarrollados, enfocado claramente a los actores) y estará integrado (apoyará la política y la estrategia y estará adecuadamente enlazado con otros enfoques).

Despliegue, es lo que realiza la organización para poner en práctica el enfoque, mayormente se implantará en las áreas relevantes de una forma sistemática.

Evaluación y Revisión, significa lo que hace la organización para evaluar y revisar el enfoque y su despliegue, además estarán sujetos con regularidad a mediciones, se emprenderán actividades de aprendizaje y los resultados de ambas servirán para identificar, priorizar, planificar y poner en práctica mejoras.

Los cambios en una organización se realizan de adentro hacia afuera, aun cuando las motivaciones vienen de afuera hacia adentro porque hay un entorno competitivo; si respondemos adecuadamente a ese entorno y no somos capaces de enfrentarlo, el mismo arrojará y simplemente desapareceremos como organización; pero el cambio comienza por nosotros, de forma gradual y no podemos esperar que los seres humanos asumamos cambios de nuestros patrones de comportamiento o de conducta, de una manera radical, ya que éstos se dan de manera gradual.

Calidad Total.

Cuando la excelencia se enfoca en la calidad total hace referencia a la calidad del individuo, porque es quien realiza las tareas dentro de la organización, además implica comenzar primero por un proceso de calidad y reingeniería del ser humano para poder implantar los procesos en el ámbito de herramientas de calidad, pues ello permite enfrentar los paradigmas de manera creativa e innovadora; es necesario cambiar comportamientos, pensamientos y sentimientos para el logro de calidad del individuo porque el control estadístico de procesos es posterior. Betancourt (2000, p. 30).

Además, la excelencia se fundamenta en la calidad humana, porque a través del desarrollo personal, autoestima, visión personal y profesionalismo se desarrollará el rol dentro de la organización. La formación y aprendizaje en equipo es indispensable en una organización, es una condición necesaria pero no suficiente; sino interactúan entre sí no habrá aprendizaje dentro de la misma.

Dentro del proceso de formación de equipos existe el problema de los prototipos, estos dos procesos diferentes de aprendizaje son: el aprendizaje de mantenimiento, cuando permite sacar provecho a aquellos prototipos que aún permanecen vigentes y el aprendizaje innovativo es aquel que nos dice no solo como aprendemos sino como a aprender enfrentando nuevos modelos; es decir una organización debe estar dispuesta para aprender a aprehender.

La excelencia requiere de la calidad de procesos, es decir, de mejoramiento continuo, control estadístico y de un aspecto fundamental del elemento humano, que es la participación (Betancourt, 2002, p.30-32).

En un sentido filosófico de la excelencia empresarial se concentra en conseguir resultados excelentes, en relación con los resultados clave de la organización, los resultados en sus clientes, los resultados en sus personas y los resultados en la sociedad. Estos se logran a través de un liderazgo que dirija e impulse la política y estrategia, las personas de la organización, las alianzas y los recursos y los procesos.

Clima laboral.

Es la calidad o la suma de características ambientales percibidas o experimentadas por los miembros de la organización, e influye poderosamente en su comportamiento. Chiavenato (2010, p. 260). Si los miembros de la organización mejoran su comunicación y comparten sus experiencias de forma positiva entonces será posible alcanzar la excelencia laboral.

Satisfacción de Necesidades.

Cuando las necesidades se ven cuidadas y satisfechas, se mantiene y aumenta el bienestar. Si se les descuida o frustra, la obstaculización de la necesidad producirá daños que trastornen el bienestar físico o psicológico. Reeve (2010, p. 58).

1.3.1.2 Innovación

Es una forma de mejora permanente y constante y que a la larga se convierte en una estrategia de vida y tiene que convertirse en una forma de vida para todos los miembros de la organización. ¿Por qué la innovación como una forma de vida? Porque se concentra en la creatividad innata, que posee el ser humano como producto del uso de nuestro cerebro

derecho. Ante ello, es necesario enfrentar los modelos que inhiben el uso de nuestra creatividad. Siempre se pensó que la creatividad no requiere tanto esfuerzo para que se desarrolle, sino que más bien se requiere usar el esfuerzo para identificar los modelos mentales que la inhiben (Betancourt, 2002, p. 36).

Hacer que la gente use su creatividad es lo primero que debemos enfrentar, para la creación y mejoramiento permanente de productos y servicios existe un elemento fundamental y es que para poder crear nuevos productos y servicios hay que conocer las necesidades del cliente, aun cuando debemos reconocer que muchas veces no las conocemos bien, porque no les preguntamos o bien porque cuando les preguntamos no formulamos una buena pregunta. No está de más decir que es un reto para una organización el tener que enfrentarse con su personal de trabajo obligándolos prácticamente a explotar su creatividad.

Veamos, un ejemplo:

Para los empleados de Ford la vida en la empresa se había convertido en una lucha interna por obtener recursos y posiciones, más que una búsqueda de innovación y mejoras. Ya que aumentar la eficiencia significaba aplicar planes de corto plazo para recortar gastos al costo que fuera, lo cual implicaba acciones poco éticas. Hasta que se llegó al punto donde los trabajadores se enfrentaron a la empresa por la distribución equitativa de ingresos cada vez menores; ante la limitada forma de definir sus objetivos en la empresa, la falta de eficiencia y la equidad, la represión de la creatividad con burocracia y controles arbitrarios de costos, etc. Ford perdió contacto con todo el mundo y se dijo así mismo que la empresa necesitaba de un cambio radical, revolucionario para: empatizar e involucrarse más con sus trabajadores, proveedores, clientes y competidores; hacer mejoras con el objeto de aumentar la eficiencia e incrementar la capacidad interna de la empresa y desarrollar e implantar nuevas normas externas de equidad y éticas, con el fin de mantener la buena imagen, confianza y preferencia de los consumidores.

Creatividad innata.

Que poseemos los seres humanos como producto del uso de nuestro cerebro derecho; todos tenemos esta herramienta por lo tanto no hay ninguna excusa. Betacourt (2000, p.27). Ental sentido, todas las personas tenemos la capacidad de desarrollar la creatividad innata porque ya nacemos con esta adherida.

Liderazgo

Es la manera más eficaz de renovar y revitalizar las organizaciones y llevarlas al éxito y a la competitividad. Sin liderazgo las organizaciones corren el peligro de vagar sin metas ni rumbo definido. El liderazgo les imprime fuerza, vigor y dirección. Chiavenato (2014, p. 334). Es decir, en toda institución empresarial debe existir liderazgo ya que permite conocer mas de los ideales de los trabajadores.

1.3.1.3 Anticipación

Hablamos de una organización proactiva. Es la que no espera que ocurran las cosas para responder, sino que permanentemente está identificando los elementos que le van a llevar a ser competitiva en el futuro, adelantándose a los acontecimientos o forzando situaciones para que lo que ocurra en el futuro le favorezca. Betancourt (2000, p. 40).

Para (Manuel, 2004, p.41) anticipación significa “ser proactivo en lugar de reactivo o pasivo. Los cambios devienen cada vez a mayor velocidad, por lo cual no alcanza con reaccionar frente a ellos; hoy hay que anticipárseles”.

Tendencia.

Es una manera fundamental de anticipar cambios, ya que las mismas cobran cuerpo en la medida que las organizaciones actúan para reforzarlas algunas o para combatirlas otras, pero el simple hecho de tomarlas en cuenta ya las convierte en elementos determinantes del proceso estratégico. Betancourt (2000, p. 41). Veamos algunas tendencias:

La primera tendencia la hemos llamado: la sociedad del ser, implica una vuelta hacia la calidad personal y la búsqueda de valores evolutivos. Esto nos lleva a que las organizaciones y la sociedad comiencen a pensar en términos del ser humano esto quiere decir en una sociedad basada al ser mas no en el tener. Betancourt (2006, p.41).

Segunda tendencia lo llamaremos: micro nacionalismos globales; va a tener un fuerte impacto en los negocios en los próximos años, sobre todo porque las diferencias entre acciones locales y consecuencias globales van a ser aprendidas por ensayo y error, lo que generará en el futuro situaciones confusas y de inseguridad;

La tercera tendencia son los procesos de democratización y participación ciudadana;

La cuarta tendencia que consideraremos aquí, es la de la autoformación y la autogestión, como producto de la sociedad del ser; esto es cuando la gente desarrolla su propia visión; la quinta tendencia es el predominio del idioma inglés.

La sexta tendencia nos sugiere la automatización total de las actividades del ser humano se convertirá en una herramienta fundamental para el mejoramiento de la calidad de vida del ser humano, en nuestros tiempos, hasta una secretaria depende de un procesador de palabras con una máquina Pentium, con una gran cantidad de megabytes en RAM, y quien no la tenga, prácticamente no puede trabajar competitivamente. Betancourt (2006, p. 43).

Estos tres elementos forman parte del proceso de gestión empresarial y no se puede dejar de aplicarlas en la persecución del éxito en una gestión estratégica actualizada.

Herrera (2012) establece que “la gestión estratégica organizacional facilita la identificación, formulación y evaluación de alternativas estratégicas satisfactorias a las crisis inscritas en el contexto de la actividad económica propia de cada compañía”.

Cambios.

Ocupa un lugar muy importante en el estudio sobre la viabilidad de la organización. Cuando se hace correctamente, el cambio la prepara para seguir siendo viable y competitiva en un entorno cambiante e incierto, Chiavenato (2015, p. 412). Las organizaciones tienen que estar en constantes cambios estratégicos buscando la excelencia e innovación es la única forma de asegurar su permanencia en el mercado.

1.3.2 Comunicación organizacional

Para realizar el estudio de esta variable, hablaremos de la palabra comunicación que proviene del latín *communis* que significa “común”. Tanto el latín como los idiomas romances han conservado el especial significado de un término griego, el de “Koinoonia”, que significa a la vez comunicación y comunidad.

Según la Real Academia Española, en castellano el radical “común” es compartido por los términos comunicación y comunidad. En ese sentido, desde el punto etimológico, la estrecha relación entre “comunicarse” y “estar en comunidad”. Después de algunos esfuerzos de abstracción definitoria concluye considerando a la comunicación de esta manera: “la relación

comunitaria humana consiste en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”.

La comunicación Es esencial para alcanzar la concordancia y la consistencia en el comportamiento de las personas; la comunicación organizacional es el proceso mediante el cual las personas intercambian información en una organización algunas comunicaciones fluyen por la estructura formal e informal; otras bajan o suben a lo largo de niveles jerárquicos, mientras algunas más se mueven en dirección lateral u horizontal. Chiavenato (2015p. 321).

La comunicación organizacional es una herramienta de gestión que no se le ha dado la importancia necesaria dentro de las empresas ya sea esta de índole privada o pública, es por ello, que se deben crear espacios de divulgación como este, para concientizar a quienes tienen el poder de darle un lugar para que responda a las necesidades de comunicación efectiva y eficaz que toda organización requiere para el éxito de sus objetivos, misión y visión. Asimismo, permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad; además nos permite conocer al recurso humano y evaluar su desempeño y productividad, a través de entrevistas y recorridos por las diversas áreas de trabajo.

Según Chiavenato (2015), la comunicación organizacional es el proceso mediante el cual las personas intercambian información en una organización; casi siempre funciona como si los mensajes y los significados entre la y las personas pasaran por un cuello de botella p. 321).

Además, se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos.

Veamos las formas de comunicación organizacional que ayudan a fortalecer la información dentro de las empresas u organizaciones.

1.3.2.1 Comunicación organizacional formal

La comunicación es un instrumento de cambio ya que permite la introducción, difusión, aceptación e interiorización de los nuevos valores y pautas de gestión que acompañan el desarrollo organizacional. Los trabajadores a su vez necesitan estar informados para sentirse parte activa de la organización y que la participación reciba el adecuado reconocimiento, de este modo la comunicación al incrementar la posibilidad de participación, favorecer las iniciativas y movilizar la creatividad se convierte en un factor de integración, motivación y desarrollo personal.

Todo ello contribuirá a una mejora de la calidad en el proceso de desarrollo de una organización y así mismo mejorará la vida laboral y la calidad del producto ofrecido en la organización, así que en la búsqueda de la Calidad Total aparece como elemento fundamental de partida: la comunicación. Consecuentemente, la buena gestión de una comunicación interna debe alcanzar un objetivo básico, pues el cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos o grupos que conforman la organización.

La comunicación efectiva entre los empleados es fundamental para el buen funcionamiento de cualquier organización, debe fluir en todos los sentidos, en todas las áreas funcionales de la empresa. Para lograr la eficacia de la comunicación se clasifican en:

1.3.2.1.1 Comunicación descendente, este tipo de comunicación se da cuando fluye del gerente a los empleados, se utiliza para informar, dirigir, coordinar y evaluar a los empleados.

Definición de objetivos y estrategias; dirigido a los niveles más bajos de la organización

Instrucciones para el trabajo y racionalidad; orientar como se debe hacer el trabajo.

Prácticas y procedimientos; definen la política, reglas y reglamentos de la organización.

Realimentación sobre el desempeño; evaluación sobre el desempeño de la persona.

Adoctrinamiento; adoptar los valores culturales de la organización Chiavenato (2015, p. 322).

1.3.1.1.2 Comunicación ascendente,

este tipo de comunicación se convierte en una herramienta que proporciona una retroalimentación importante sobre la efectividad de las comunicaciones descendentes y sobre los problemas de la organización. Permite a los trabajadores plantear sugerencias para la solución de problemas o propuestas de mejoras.

Para generar información útil los gerentes deben facilitar la comunicación ascendente y deben motivar a sus empleados a proporcionar informaciones válidas. Su buen funcionamiento hace que los empleados perciban un interés válido de los superiores hacia ellos, disminuyendo las presiones de trabajo y la tensión de las relaciones interpersonales dentro de la organización.

Problemas y excepciones son mensajes que describen desviaciones o anomalías en el desempeño rutinario.

Sugerencias para mejorar; son ideas para mejorar los procedimientos relacionados con las tareas para aumentar la calidad y eficiencia.

Informes de desempeño; reportes periódicos que informan a la administración acerca del desempeño de las personas.

Información contable y financiera; se refieren a costos pago de cuenta, volumen de ventas proyectadas. Chiavenato (2015 p. 322).

1.3.1.3 Comunicación horizontal,

Este tipo de comunicación fluye entre los miembros de la organización que se encuentran en el mismo nivel de jerarquía. La comunicación entre compañeros tiende a basarse en el entendimiento mutuo y debido a que unas comunicaciones continuadas forman la solidaridad del grupo, los grupos de trabajo dan una respuesta colectiva a los problemas, tiene diversas funciones importantes: permite compartir información, coordinar y resolver problemas entre las unidades, ayuda a resolver conflictos, permite la relación entre iguales, proporciona apoyo social y emocional en las personas y todos estos factores contribuyen a la moral y la eficacia.

Dentro de las técnicas para mejorar la comunicación horizontal y la integración se encuentran: El contacto directo entre la gente, roles integradores, fuerzas de tarea, equipos de proyectos, comunicación formal e informal, ausencia de frontera.

Solución de problemas intradepartamentales; cumplimiento de tareas.

Coordinación Interdepartamental; para facilitar el cumplimiento de los proyectos o tareas comunes.

Asesoría del staff; son mensajes de especialistas de staff a los administradores de línea para ayudarles en sus actividades. Chiavenato (2015, p. 323).

1.3.2.2 Comunicación organizacional informal

La comunicación informal puede beneficiar o perjudicar a las empresas, esto es según como se emplee, si es de forma positiva, ayuda a la cohesión del grupo y a dar retroinformación sobre diferentes aspectos del trabajo realizado. Este tipo de comunicación aporta incuestionables beneficios a las personas implicadas en ellas y son útiles a la organización, se desarrolla en el contexto de grupos informales en términos de refuerzo de la cohesión grupal, o para generar y fortalecer la cultura de la organización, o como medio para aclarar comunicaciones formales ambiguas o deficientes.

De forma negativa, el rumor o chisme, es un distorsionador de la productividad y no ayuda, solo demora y perjudica a las personas y a la organización. Algunos autores lo definen como enunciado ligado a los acontecimientos cotidianos, destinado a ser creído, transmitido de una persona a la otra, sin que existan datos concretos que permitan establecer su exactitud. Las disfunciones se producen cuando la cohesión se desarrolla en torno a las normas contrarias a las pautas establecidas o cuando estas comunicaciones se traducen en rumorología y dan lugar a un conocimiento generalizado y erróneo sobre temas que afectan a la organización o sobre incidencias personales de sus miembros. Chiavenato (2015, p. 318).

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Problema

Para Bernal (2010), el problema no es algo disfuncional, molesto o negativo, sino todo aquello que incite a ser conocido, pero teniendo en cuenta que su solución sea útil, es decir, buscando una respuesta que resuelva algo práctico o teórico. Por esto, a este modelo de investigación, además de ser conocido como modelo general, también suele denominársele modelo pragmático.

1.4.2. Problema General

¿Cómo se relaciona la gestión estratégica empresarial y la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú SAC, Independencia 2018?

1.4.3. Problemas específicos

¿Cuál es la relación de la excelencia en la gestión estratégica empresarial y la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C. Independencia 2018?

¿Cómo se relaciona la innovación en la gestión estratégica empresarial y la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C. Independencia 2018?

¿Qué relación existe entre la anticipación en la gestión estratégica empresarial y la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C. Independencia 2018?

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

1.5.1. Teórica

Según Bernal (2010), la justificación teórica se hace cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados, hacer epistemología del conocimiento existente o cuando se busca mostrar las soluciones de un modelo.

Donde se describe esta investigación sustentando en las teorías de libros como es la variable Gestión estratégica y comunicación empresarial enfocados a conceptos.

1.5.2. Práctica

Bernal (2010), Según el autor la justificación práctica se debe de hacer cuando el desarrollo de la investigación ayuda a resolver un problema o por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo.

En cuanto a la investigación plantea como conocer la relación entre la Gestión estratégica y comunicación empresarial, el cual los principales beneficiarios serían los trabajadores de la empresa Hunter S.A.C para la mejora de sus competencias laborales.

1.5.3. Metodológica

Bernal (2010), En investigación científica, la justificación metodológica del estudio se da cuando el proyecto que se va a realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable.

A nivel metodológico la investigación propone la implantación de técnicas, planea la mejora de estrategias, la unión entre proveedores, que haya manejo eficiente de la información que posee la organización, porque la gestión debe preocuparse en los clientes, y a la realización de un trabajo en conjunto con el aporte de los trabajadores hace de esta gestión más productiva y efectiva.

La importancia de un sistema de gestión estratégico de calidad debe tener como herramienta para contribuir a la generación de los cambios trascendentales de innovación, esto se sustenta en un equipo humano y al uso adecuado de un sistema de comunicación, con características apropiadas para iniciar un proceso de largo plazo y con exigencias cotidianas.

1.6. HIPÓTESIS

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 104), refiere “la hipótesis son las guías de una investigación o estudio; indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente y deben formularse a manera de proposiciones. De hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación.” Entonces, “la hipótesis de investigación son proposiciones tentativas sobre las posibles relaciones entre dos o más variables”.

3.3.3. Hipótesis General

La gestión estratégica se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.AC. Independencia, 2018.

1.6.2. Hipótesis Específicos

La excelencia en la gestión estratégica empresarial se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C. Independencia, 2018.

La innovación en la gestión estratégica empresarial se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C. Independencia, 2018.

La anticipación en la gestión estratégica empresarial se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.AC. Independencia, 2018.

1.7 OBJETIVOS

Bernal (2010), Es la definición de los objetivos o del rumbo que debe tomar la investigación que va a realizarse. Así, los objetivos son los propósitos del estudio, expresan el fin que pretende alcanzarse; por tanto, todo el desarrollo del trabajo de investigación se orientará a lograr estos objetivos.

1.7.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la gestión estratégica y la comunicación organizacional dentro de la empresa Hunter S.A.C., Independencia, 2018.

1.7.2 Objetivos específicos

Determinar la relación entre la excelencia en la gestión estratégica empresarial y la comunicación organizacional dentro de la empresa Hunter S.A.C.-Independencia, 2018.

Establecer la relación entre la innovación en la gestión estratégica empresarial y la comunicación organizacional dentro de la empresa Hunter S.A.C.-Independencia, 2018.

Determinar la relación entre la anticipación en la gestión estratégica empresarial y la comunicación organizacional dentro de la empresa Hunter S.A.C.-Independencia, 2018.

II. METODOLOGÍA

2.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El investigador deberá contestar de forma práctica y concreta a los objetivos de su investigación. “El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema” (Wentz, 2014; McLaren, 2014; Creswell, 2013^a, Hernández-Sampieri et al., 2013 y Kalaian, 2008); citado por Fernández y Baptista (2014), p. 160. Es decir, el investigador empleará sus diseños para analizar la certeza de las hipótesis formuladas o para aportar evidencias respecto de los lineamientos en cuanto a la investigación.

El diseño de estudio corresponde al no experimental un estudio donde no se han manipulado deliberadamente las variables. Es decir, “la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos” (The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences, 2009); citado por (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 184); donde solo se aprecian los sucesos en su realidad y no se genera ninguna otra situación, para después estudiarlos.

Esta investigación es de diseño no experimental de tipo transeccional o transversal; porque los datos que se recolectarán serán en tiempo único, es decir; todas las variables son estudiadas en una sola ocasión.

2.1.1 Tipo de Investigación:

El tipo de estudio de esta investigación es aplicada, porque se concentra en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinadas situaciones concretas, con la finalidad de hacer, actuar, modificar, etc.

2.1.2 Nivel de Investigación:

Nivel Descriptivo:

En esta investigación se hará el uso de método de análisis donde se logrará caracterizar el objeto de estudio o una situación concreta, lo cual permitirá señalar sus características y

propiedades.

El estudio corresponde a una investigación descriptiva por cuanto está orientada a describir el comportamiento o desarrollo de la Gestión Estratégica Empresarial y la comunicación organizacional en el contexto de la empresa HUNTER PERU SAC.

Nivel correlacional:

porque va a combinar los métodos analíticos y sintéticos, en conjugación con el deductivo y el deductivo, se trata de responder o dar cuenta de las relaciones o asociaciones de los objetos que se investiga; es decir, va a relacionar tiene que ser la misma unidad de análisis.

Asimismo, es correlacional por que busca la relación entre la Gestión Estratégica Empresarial y la comunicación organizacional en el ámbito delimitado de la investigación.

2.2. VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN

2.2.1. Variable 1: Gestión estratégica empresarial

“Acción y efecto, por parte de la gerencia, de crear las estrategias adaptativas que requiere el negocio para sobrevivir a corto plazo y las estrategias anticipativas para ser competitivos a mediano y largo plazo” ().

Dimensiones

Excelencia

Innovación

Anticipación

2.2.2 Variable 2: Comunicación organizacional

“La comunicación organizacional es el proceso mediante el cual las personas intercambian información en una organización” (Chiavenato, 2015, p. 320).

Dimensiones

Comunicación formal

Robbins, (2014, p. 488) lo define como aquella que se lleva a cabo de acuerdo a los esquemas laborales prescritos por la organización. Se clasifican en:

Descendente

Ascendente.

Horizontal.

Comunicación informal,

Es la comunicación organizacional que no está definido por la jerarquía de la organización Robbins, (2014, p. 488). Es decir, cuando los trabajadores dialogan entre sí por los comedores, pasillos y otros.

3.3.3 Variables Operacionales

Una definición operacional constituye el conjunto de procedimientos que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales, las cuales indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado. Reynolds, (1986, p. 52) citado por Castillo, L. (octubre, 2012).

Es decir, es un proceso que se inicia con la definición de las variables en función de factores estrictamente medibles a los que se les llama indicadores, dicho proceso obliga a realizar una definición conceptual de la variables para romper el concepto difuso que ella engloba y así darle sentido concreto dentro de la investigación , luego en función de ello se procese a realizar la definición operacional de la misma para identificar los indicadores que permitirán realizar su medición de forma empírica y cuantitativa, al igual que cualitativamente llegado el caso.

Tabla 1

Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Gestión estratégica empresarial	La Gestión Estratégica puede servista como: “El arte y/o ciencia de anticipar y gerenciar participativamente el cambio con el propósito de crear permanentemente estrategias que permitan garantizar el futuro del negocio” (José R. Betancourt, 2002, p. 106).	La gestión estratégica se evaluará mediante tres puntos claves como son: la excelencia, innovación y anticipación; para lograr un buen desarrollo organizacional e incluyendo los componentes y procesos de cada uno de ellos, y a su vez formaran parte de la elaboración de un cuestionario que permitirá obtener datos que serán procesados para la presentación de resultados del presente estudio.	Excelencia	Control
				Clima Laboral
			Innovación	Creatividad innata
				Liderazgo
			Anticipación	Cambios
				Tendencias
Comunicación Organizacional	“La comunicación organizacional casi siempre funciona como si los mensajes y los significados entre la y las personas pasaran por un cuello de botella (Idalberto Chiavenato, 2015, p. 321)	La comunicación organizacional para su operacionalización se tomará en cuenta a los niveles fundamentales como son: la comunicación formal descendente, ascendente y horizontal; así mismo la comunicación informal y sus aportes en la organización.	Comunicación descendente	Objetivos
				Valores
				Reglamento
			comunicación ascendente	Desempeño
				Calidad
			comunicación horizontal	Eficiencia
				Coordinación
				Solución

2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.3.1 Población

Hernández, Fernández y Baptista, (2014, p. 174) manifiesta que “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Lepkowski, 2008b). Las poblaciones deben situarse claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo.

Según Bernal (2006, p. 164) “la población es el grupo de todos los individuos involucrados durante la investigación”.

Para Arias, F (2006), la población es, “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (p.81). Es decir, es la colección de datos que corresponde a las características de la totalidad de individuos, objetos, cosas o valores en un proceso de investigación, en general se clasifican en poblaciones finitas y poblaciones infinitas.

Poblaciones Finitas:

Constan de un número determinado de elementos, susceptible a ser contado. Ejemplo: Los empleados de una fábrica, elementos de un lote de producción, etc.

Poblaciones Infinitas:

Tienen un número indeterminado de elementos, los cuales no pueden ser contados. Ejemplo: Los números naturales.

Así también las poblaciones pueden ser clasificadas en Reales e Hipotéticas, las reales son aquellas concretas, que ya existen. Ejemplo: Los aspirantes a un puesto de trabajo, los vendedores de una empresa; en cambio las hipotéticas, son las formas imaginables en que se podría presentar un suceso. Ejemplo: Estimaciones de la población económicamente activa dentro de diez años.

En toda investigación lo ideal sería contar con observaciones o características de todos los elementos de nuestro grupo de interés, pero en muchas ocasiones eso sería muy caro y/o muy tardado o simplemente imposible, es por ello que se toman muestras.

La población está compuesta por 41 trabajadores del área funcional de operativos, producción, cobranza, servicio y atención al cliente, administración tributaria, etc. De la empresa Hunter Perú S.A.C. en el distrito de Independencia, fue un método censal se tomó una encuesta a toda la población, no se utilizó la fórmula estadística para calcular la muestra. “En este tipo de investigación el investigador se enfoca exclusivamente a un caso en particular y es en este caso donde podrá disponer de variables diversas para poder reafirmar o desechar sus teorías. Se utiliza la encuesta para la recolección de datos más o menos. Consigue información sobre las variables y no sobre los individuos. Yorbin L. (19 de noviembre de 2015). Investigación censal [Mensaje en un blog].

2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

2.4.1. Técnicas:

Conjunto de reglas y procedimientos que permiten al investigador establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación. Las técnicas de recolección de datos, son definidas por Tamayo (1999), como la expresión operativa del diseño de investigación y que específica concretamente como se hizo la investigación (p. 126). Es decir, consiste en obtener datos escritos del investigado o consultado en forma auto administrada; su instrumento es el cuestionario, lo cual debe ser validado previamente.

La encuesta se define como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población (Ildefonso, E. 2005, p.14).

En este trabajo de investigación se utilizó como técnica, una encuesta, la cual consiste en realizar un cuestionario a los trabajadores de la empresa de estudio, a través de preguntas que permiten validar y sustentar la situación real de la empresa.

2.4.2. Instrumentos:

Son mecanismos que usa el investigador para recolectar y registrar la información; formularios, pruebas, test, escalas de opinión, listas de chequeo o cotejo, fichas de observación, etc. Un instrumento de medición puede ser confiable pero no válido, y no puede ser válido sino es confiable. Puede medir consistentemente o establemente o

confiablemente un aspecto, más no medir lo que se busca que mida, su validez o utilidad medir; por ello la importancia que un instrumento de medición demuestre ser, primero, confiable y, luego, válido.

En este trabajo de investigación se utilizará como instrumento el cuestionario (conjunto de preguntas que permite obtener la información sobre el estudio que el investigador está realizando), lo que permitirá recolectar información relevante para obtener un resultado de la realidad actual en este caso la empresa Hunter Perú S.A.C.

2.5. VALIDEZ

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.204), “la validez de un instrumento de medición se evalúa sobre la base de todos los tipos de evidencia. Cuanta mayor evidencia de validez de contenido, de validez de criterio y de validez de constructo tenga un instrumento de medición, éste se acercará más a representar las variables que pretende medir”.

La validez es un instrumento de medición es válido cuando mide aquello para lo cual está destinado. O, como afirman Anastasi y Urbina (1988), la validez “tiene que ver con lo que mide el cuestionario y cuán bien lo hace” (p. 113). La validez indica el grado con que pueden inferirse conclusiones a partir de los resultados obtenidos; por ejemplo, un instrumento válido para medir la actitud de los clientes frente a la calidad del servicio de una empresa debe medir la actitud y no el conocimiento del cliente respecto a la calidad del servicio (Bernal, 2010, p. 248).

La validez es necesario para saber a ciencia cierta qué rasgos o características se desean estudiar; a este rasgo o característica se le denomina variable criterio; la validez hace referencia a la capacidad de un instrumento para cuantificar de forma significativa y adecuada el rasgo para cuya medición ha sido diseñado.

Para este estudio se utilizará para la validez el juicio de 03 expertos especialista de la Universidad Cesar Vallejo.

Tabla 2

Validez de instrumentos

N°	EXPERTO	CALIFICACIÓN INSTRUMENTO	ESPECIALIDAD
Experto 1	Mg. Carlos Casma Zárate	Sí Cumple	Investigador
Experto 2	María Dolores Martínez Zavala	Sí Cumple	Investigador
Experto 3	Dr. Pedro Costilla Castilla	Sí Cumple	Investigador

2.5.1. CONFIABILIDAD

Tabla 3

Confiabilidad de la variable gestión estratégica empresarial

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,872	12

Tabla 4

Confiabilidad de la variable comunicación organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
,753	12

La confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios. O como afirman McDaniel y Gates (1992), “es la capacidad del mismo instrumento para producir resultados congruentes cuando se aplica por segunda vez, en condiciones tan parecidas como sea posible” (p. 302). Entonces se puede destacar que “la validez y confiabilidad son: “constructos” inherentes a la investigación, desde la perspectiva positivista, con el fin de otorgarle a los instrumentos y a la información recabada, exactitud y consistencia necesarias para efectuar las generalizaciones de los

hallazgos, derivadas del análisis de las variables en estudio” (Hidalgo, 2005) (citado en el blog educapuntos, 2015). La validez y confiabilidad reflejan la manera en que el instrumento se ajusta a las necesidades de la investigación (Hurtado, 2012) (citado por educapuntos, 2015). Es decir, el instrumento produce resultados y coherentes.

En esta investigación la confiabilidad del instrumento se dio mediante una prueba piloto de 15 trabajadores como se muestra en la siguiente tabla en relación a la Gestión Estratégica Empresarial y La Comunicación Organizacional, la cual fue elaborada con el programa estadístico SPSS 24.

Tabla 5

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	15	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

La presente investigación busco determinar la fiabilidad de las escalas mediante el estadístico Alfa de Cronbach, con una prueba piloto según referencia de la tabla 3. Por ello, para Vera, A. (2010) sostiene que “El Alfa de Cronbach es una técnica que se usa solo para instrumentos de constructos, es decir, instrumentos que miden conceptos, mediante varios ítems” (p.316).

Tabla 6

Rango	Magnitud
0.01 a 0.20	Muy baja
0.21 a 0.40	Baja
0.41 a 0.60	Moderada
0.61 a 0.80	Alta
0.81 a 1.00	Muy alta

Fuente: Ruiz Bolívar (2002) y Pallella y Martins (2003)

Tabla 7

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,908	24

Después de realizar una prueba piloto en la empresa Hunter Perú SAC, se obtuvo un resultado 0,908 en el Coeficiente Alfa de Cronbach, es decir, que el instrumento utilizado en esta investigación tiene un alto nivel de confiabilidad porque ha sido de utilidad para la recolección de datos.

2.5 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS

Para el análisis de datos después de haber aplicado el instrumento (cuestionario) a los 41 de la empresa Hunter Perú S.A.C., Independencia- 2018, se prosiguió a procesar los datos en el software estadístico SPSS en la versión 25, basados en los resultados obtenidos durante la encuesta realizada a cada uno de los trabajadores mediante el cuestionario, para constatar y además, sirva como prueba de la hipótesis planteada de esta manera obtener resultados verídicos, reales para poder especificarlos mediante gráficas correspondientes cuyos resultados representaran la relación existente entre la gestión empresarial y la comunicación organizacional de los trabajadores en la empresa Hunter Perú S.A.C.

Se pretende interpretar cada resultado obtenido a través de los porcentajes que se establecen en cada gráfico para determinar de forma precisa las indicaciones de manera porcentual.

2.6 ASPECTOS ÉTICOS

Se hace referencia al desarrollo de este estudio resaltando que toda la información recopilada en este trabajo es confiable, lo cual ha sido autorizada por la Escuela de Administración de acuerdo a los lineamientos y especificaciones de la Universidad César Vallejo. Asimismo, la participación de los trabajadores que llenaron la encuesta ha sido voluntaria y anónima; es decir, sus datos no serán divulgados en este trabajo de investigación sólo los datos recopilados se incluirán en la tesis.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis descriptivo de las variables

Variable: Gestión estratégica empresarial

El análisis de los resultados se genera mediante la encuesta realizada a los 41 trabajadores de la empresa Hunter Perú S.A.C. de Independencia, 2018. Los resultados finales de esta investigación prosiguen a continuación:

Tabla 8

Variable: Gestión estratégica empresarial

Niveles de percepción de Gestión estratégica empresarial

Gestión estratégica empresarial		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésima	9	22,0
	Deficiente	9	22,0
	Buena	15	36,6
	Muy buena	8	19,5
	Total	41	100,0

Fuente: Elaboración Propia

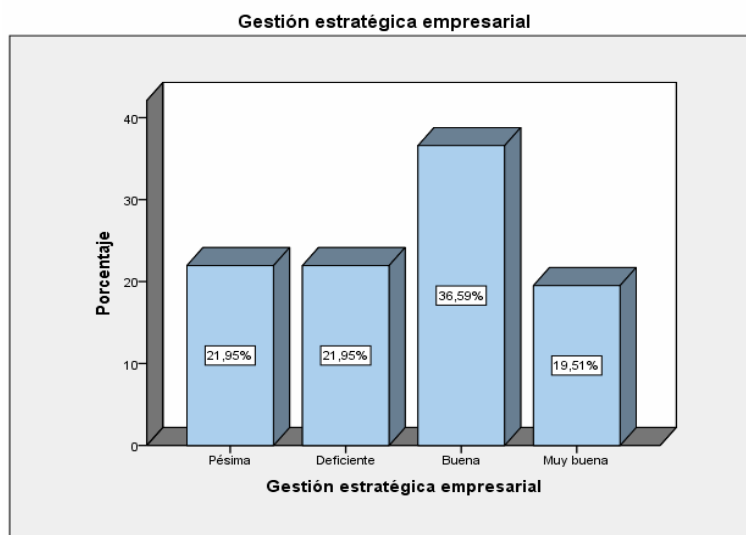


Figura 1. Gráfico de Barras

De acuerdo a la figura 1 y tabla 8 de datos, el 22.0% perciben un nivel pésimo en la variable gestión estratégica empresarial, el 22.0% un nivel deficiente, el 36.6% un nivel

bueno y el 19.5% un nivel muy bueno siendo el nivel bueno el predominante en la variable gestión estratégica empresarial.

Tabla 9

Dimensión: Excelencia (Agrupada)

Niveles de percepción de Excelencia

Excelencia	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	9	22,0
Deficiente	9	22,0
Buena	15	36,6
Muy buena	8	19,5
Total	41	100,0

Fuente: Elaboración Propia

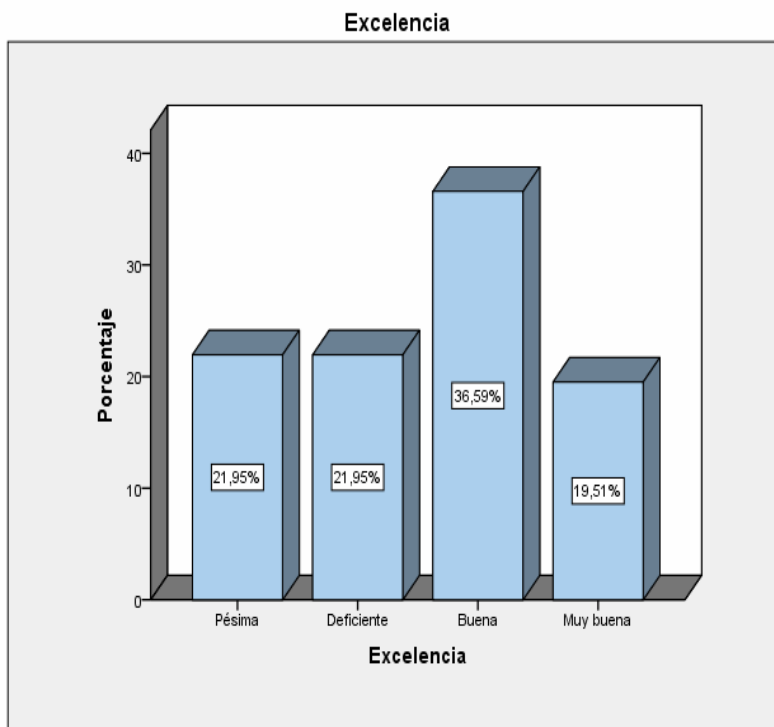


Figura 2. Gráfico de Barras

De acuerdo a la figura 2 y tabla 9 de datos, el 22.0% perciben un nivel pésimo en la dimensión excelencia, el 22% un nivel deficiente, el 36.6% un nivel bueno y el 19.5% un nivel muy bueno siendo el nivel bueno el predominante en la dimensión excelencia. De acuerdo a esta tabla el 36% de los trabajadores equivalentes a 15 personas respondieron que existe supervisión en sus áreas de trabajo, además hay un buen clima laboral y a su

vez existe poco reconocimiento hacia los trabajadores en cuanto a sus aportes; sin embargo, este porcentaje es muy bajo para alcanzar la excelencia dentro de la empresa.

Tabla 10

Dimensión: Innovación (Agrupada)

Niveles de percepción de Innovación

Innovación	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Pésima	6	14,6
Deficiente	8	19,5
Buena	18	43,9
Muy buena	9	22,0
Total	41	100,0

Fuente: Elaboración Propia

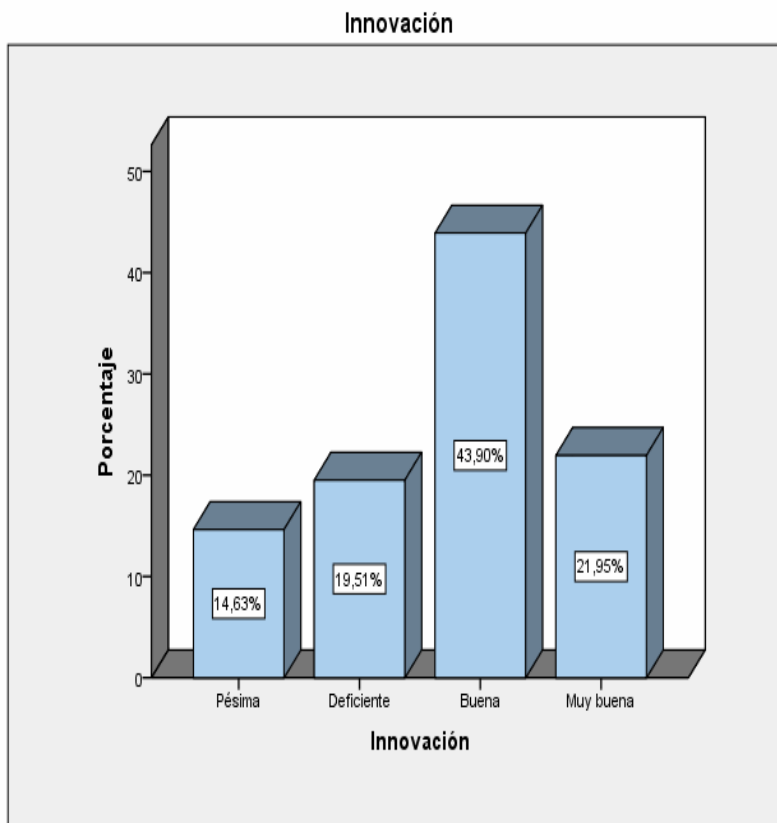


Figura 3. Gráfico de Barras

De acuerdo a la figura 3 y tabla 10 de datos, el 14.6% perciben un nivel pésimo en la dimensión innovación, el 19.5% un nivel deficiente, el 43.9% un nivel bueno y el 22.0% un nivel muy bueno siendo el nivel bueno el predominante en la dimensión innovación. En esta tabla de frecuencia el 43.9% que equivalen a 18 trabajadores de la empresa,

aceptan que sus aportes en la empresa son reconocidos, después están dispuestos a buscar innovaciones para la empresa con la finalidad de mantener el liderazgo nacional; en ese sentido, según los resultados de obtenidos la empresa no cumple ni con 50% de trabajadores comprometidos.

Tabla 11

Dimensión: Anticipación (Agrupada)

Niveles de percepción de Anticipación

Anticipación		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pésima	7	17,1
	Deficiente	9	22,0
	Buena	16	39,0
	Muy buena	9	22,0
	Total	41	100,0

Fuente: Elaboración Propia

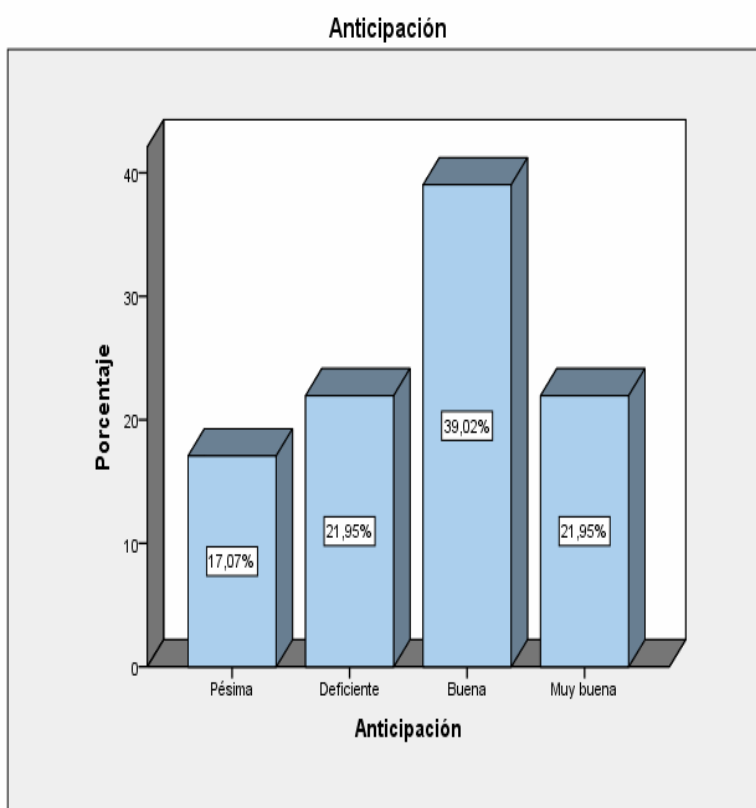


Figura 4. Gráfico de Barras

De acuerdo a la figura 4 y tabla 11 de datos, el 17.1% perciben un nivel pésimo en la dimensión anticipación, el 22.0% un nivel deficiente, el 39.0% un nivel bueno y el 22.0% un nivel muy bueno siendo el nivel bueno el predominante en la dimensión anticipación. Es decir, de acuerdo a esta tabla de frecuencia hay un 39% de trabajadores que esperan que se realicen cambios sustanciales en cuanto a la competitividad, implementar nuevas estrategias y modelos de gestión como medida de anticipación dentro de la empresa.

Tabla 12

Variable: Comunicación organizacional

Niveles de percepción de Comunicación organizacional

Comunicación organizacional		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	8	19,5
	Medio	7	17,1
	Alto	18	43,9
	Muy alto	8	19,5
	Total	41	100,0

Fuente: Elaboración Propia

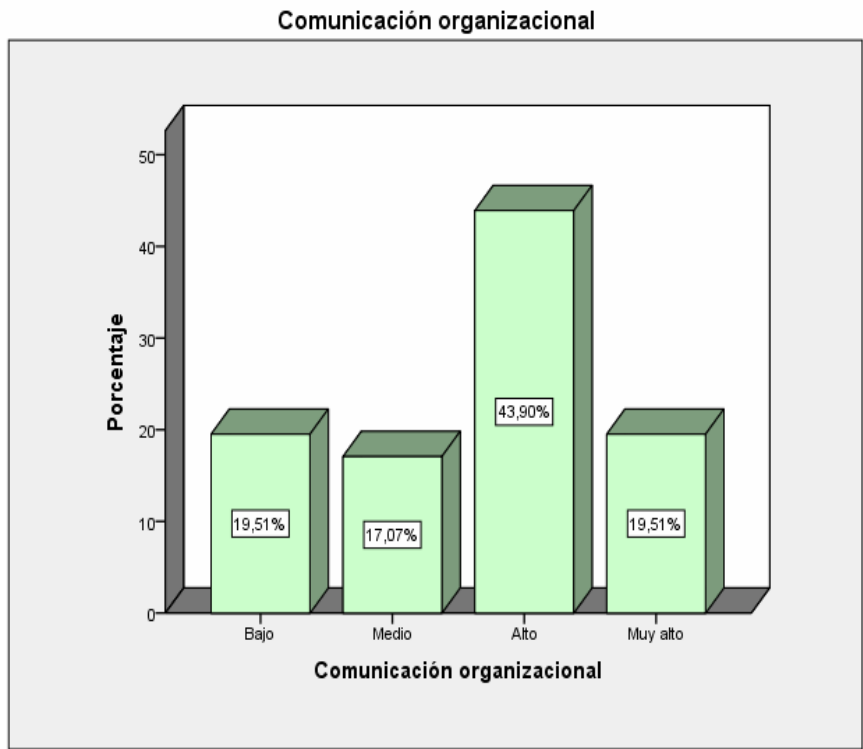


Figura 5. Gráfico de Barras

De acuerdo a la figura 5 y tabla 12 de datos, el 19.5% perciben un nivel bajo en la variable Comunicación organizacional, el 17.1% un nivel medio, el 43.9% un nivel alto y el 19.5% un nivel muy alto siendo el nivel alto el predominante en la variable Comunicación organizacional.

Dimensión: Comunicación descendente (Agrupada)

Tabla 13

Niveles de percepción de Comunicación descendente

Comunicación descendente		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	5	12,2
	Medio	12	29,3
	Alto	13	31,7
	Muy alto	11	26,8
	Total	41	100,0

Fuente: Elaboración Propia

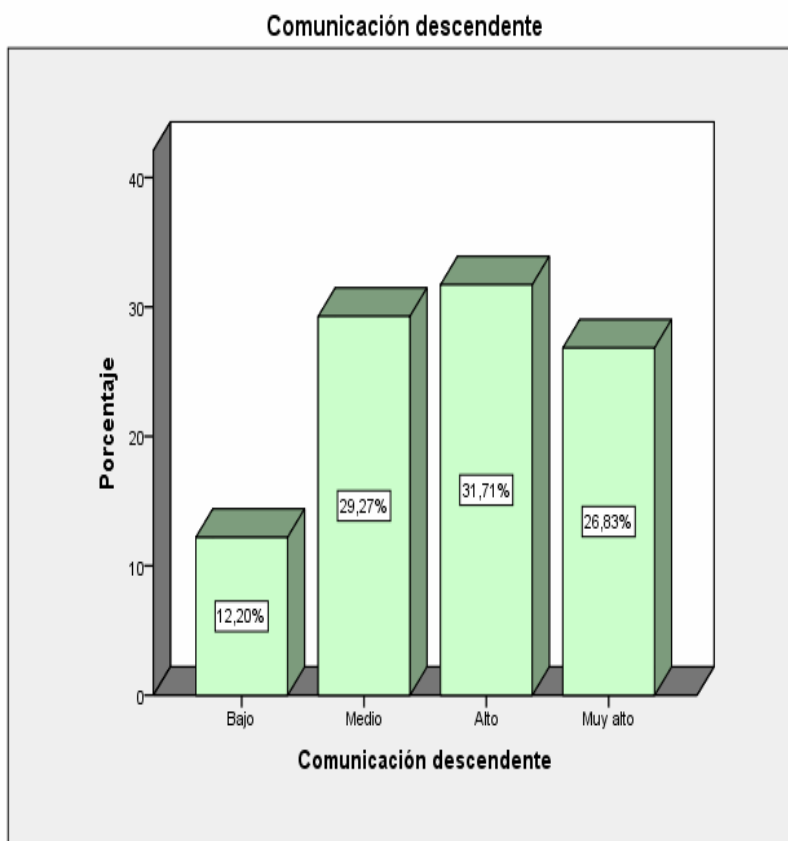


Figura 6. Gráfico de Barras

De acuerdo a la figura 6 y tabla 13 de datos, el 12.2% perciben un nivel bajo en la dimensión Comunicación descendente, el 29.3% un nivel medio, el 31.7% un nivel alto y el 26.8% un nivel muy alto siendo el nivel alto el predominante en la dimensión Comunicación descendente.

Tabla 14

Dimensión: Comunicación ascendente (Agrupada)

Niveles de percepción de Comunicación ascendente

Comunicación ascendente	Frecuencia	Porcentaje
Válido Bajo	6	14,6
Medio	12	29,3
Alto	13	31,7
Muy alto	10	24,4
Total	41	100,0

Fuente: Elaboración Propia

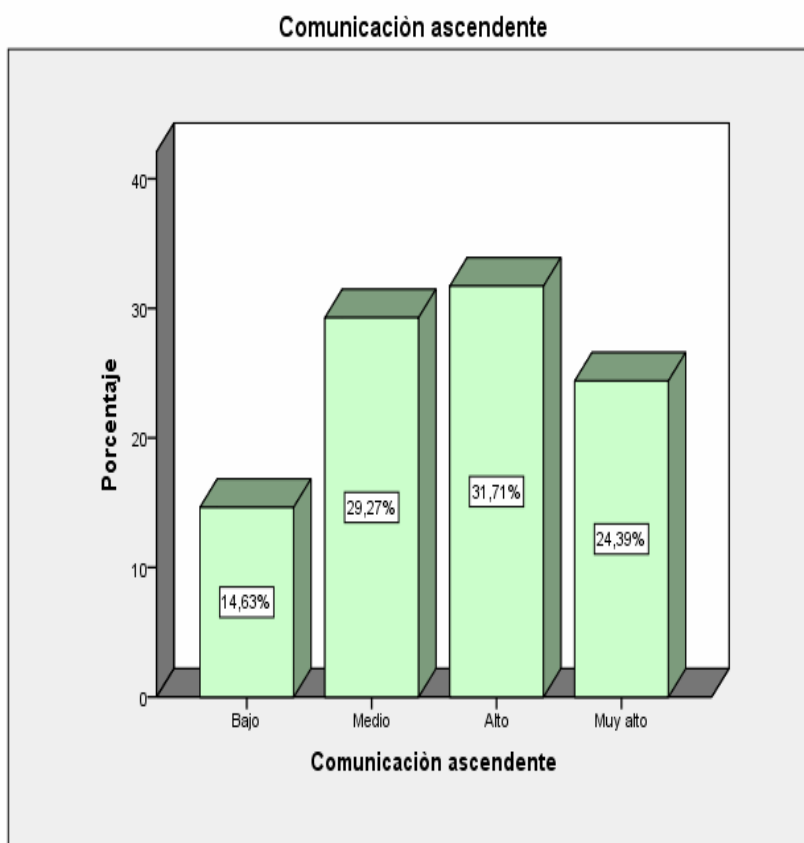


Figura 7. Gráfico de Barras

De acuerdo a la figura 7 y tabla 14 de datos, el 14.6% perciben un nivel bajo en la dimensión Comunicación ascendente, el 29.3% un nivel medio, el 31.7% un nivel alto y el 24.4% un nivel muy alto siendo el nivel alto el predominante en la dimensión Comunicación ascendente.

Tabla: 15

Dimensión: Comunicación horizontal (Agrupada)

Niveles de percepción de Comunicación horizontal

Comunicación horizontal		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	7	17,1
	Medio	14	34,1
	Alto	11	26,8
	Muy alto	9	22,0
	Total	41	100,0

Fuente: Elaboración Propia

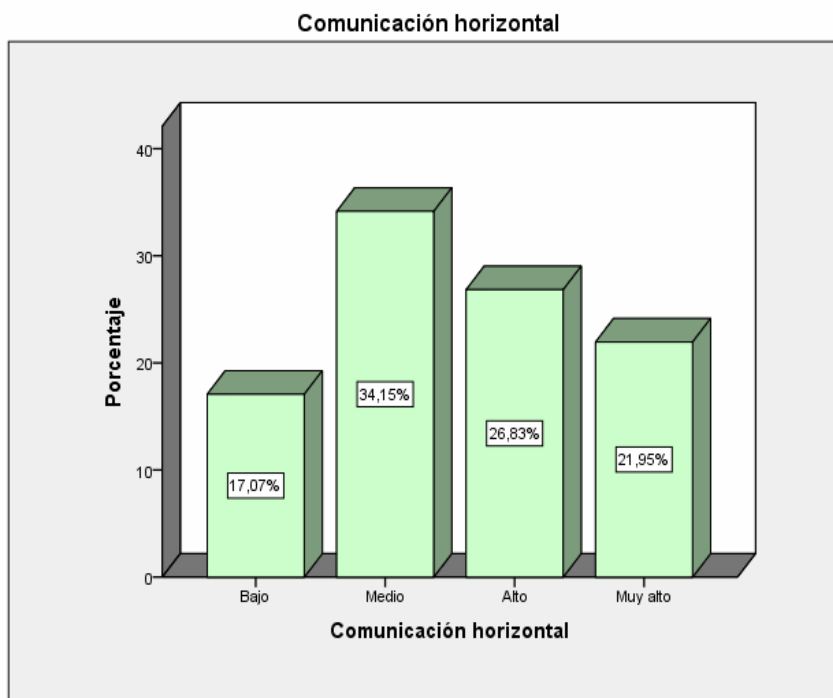


Figura 8. Comunicación horizontal

De acuerdo a la figura 8 y tabla 15 de datos, el 17.1% perciben un nivel bajo en la dimensión Comunicación horizontal, el 34.1% un nivel medio, el 26.8% un nivel alto y el 21.95% un nivel muy alto.

el 22.0% un nivel muy alto siendo el nivel alto el predominante en la dimensión Comunicación horizontal.

3.2. Prueba de normalidad

Ho: la muestra proviene de una población normal

Ha: la muestra no proviene de una población normal

Si $\text{Sig} < 0.05$ se rechaza Ho

Si $\text{Sig} > 0.05$ se aprueba Ho

Tabla 16

Prueba de normalidad de la muestra

	Shapiro-Wilk (n<50)		
	Estadístico	Gl	Sig.
Excelencia	,932	41	,000
Innovación	,958	41	,000
Anticipación	,929	41	,000
Gestión estratégica empresarial	,964	41	,000
Comunicación organizacional	,928	41	,000
Comunicación descendente	,948	41	,000
Comunicación ascendente	,924	41	,000
Comunicación horizontal	,889	41	,000

Decisión estadística:

Como el $\text{sig} < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula y prevalece la Ha; por lo tanto, la prueba de hipótesis se hizo con el coeficiente rho de Spearman

3.3. Contraste de hipótesis

Hipótesis General

Ho: La gestión estratégica empresarial no se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.AC. Independencia, 2018.

H1: La gestión estratégica empresarial se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.AC. Independencia, 2018.

Nivel de significación:

El nivel de significación teórica $\alpha = 0.05$
que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%

Regla de decisión

El nivel de significancia $\text{sig} > 0.05$ aceptar H_0

El nivel de significancia $\text{sig} < 0.05$ rechazar H_0

Prueba estadística

La prueba estadística empleando el estadístico inferencial rho de Spearman

Tabla 17.

Coefficiente de correlación de Spearman: Gestión estratégica empresarial y Comunicación organizacional

Correlaciones			Gestión estratégica empresarial	Comunicación organizacional
Rho de Spearman	Gestión estratégica empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,756**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	41	41
	Comunicación organizacional	Coefficiente de correlación	,756**	1,000
		Sig. (p). (bilateral)	,000	.
		N	41	41
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Decisión estadística

El coeficiente de correlación Rho de Spearman evidencia una relación estadísticamente significativa, muy alta ($r = 0.756$) y directamente proporcional, entre Gestión estratégica empresarial y Comunicación organizacional; asimismo, debido a que el p valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis general.

Hipótesis Específica 1

Ho: La excelencia no se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C. Independencia, 2018.

H1: La excelencia se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C. Independencia, 2018.

Tabla 18.

Coefficiente de correlación de Spearman: Excelencia y Comunicación organizacional

Correlaciones			Excelencia	Comunicación organizacional
Rho de Spearman	Excelencia	Coefficiente de correlación	1,000	,668**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	41	41
	Comunicación organizacional	Coefficiente de correlación	,668**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	41	41
**, La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Decisión estadística

El coeficiente de correlación Rho de Spearman evidencia una relación estadísticamente significativa, alta ($r = 0.668$) y directamente proporcional, entre Excelencia y Comunicación organizacional; asimismo, debido a que el $p_valor < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis específica.

Hipótesis Específica 2

Ho: La innovación no se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C. Independencia, 2018.

H1: La innovación se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.A.C. Independencia, 2018.

Tabla 19.

Coefficiente de correlación de Spearman: Innovación y Comunicación organizacional

Correlaciones			Innovación	Comunicación organizacional
Rho de Spearman	Innovación	Coefficiente de correlación	1,000	,715**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	41	41
	Comunicación organizacional	Coefficiente de correlación	,715**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	41	41

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Decisión estadística

El coeficiente de correlación Rho de Spearman evidencia una relación estadísticamente significativa, alta ($r = 0.715$) y directamente proporcional, entre innovación y Comunicación organizacional; asimismo, debido a que el $p_valor < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis específica.

Hipótesis Específica 3

Ho: La anticipación no se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.AC. Independencia, 201

H1: La anticipación se relaciona significativamente con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.AC. Independencia, 201

Tabla 20.

Coefficiente de correlación de Spearman: Anticipación y Comunicación organizacional

Correlaciones			Anticipación	Comunicación organizacional
Rho de Spearman	Anticipación	Coefficiente de correlación	1,000	,620**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	41	41
	Comunicación organizacional	Coefficiente de correlación	,620**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	41	41

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente de correlación Rho de Spearman evidencia una relación estadísticamente significativa, alta ($r= 0.620$) y directamente proporcional, entre anticipación y Comunicación organizacional; asimismo, debido a que el $p_valor < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis específica.

3.4. PRESUPUESTO

Concepto	Costo Estimado S/.
A. PERSONAL	
Apoyo de un especialista en la materia	500.00
La retribución económica a los asesores temáticos y metodológicos	1000.00
Diversos gastos ocasionados por el personal que ha de intervenir en la investigación.	500.00
B. BIENES	
Los materiales de escritorio: lapiceros, borrador, tajador, cuaderno, etc.	100.00
Materiales de impresión como libros, separatas, revistas.	200.00
Compra de material bibliográfico	1300.00
C. SERVICIOS	
Movilidad nacional y local	100.00
Viáticos	300.00
Servicio de impresión y fotocopiado	100.00
Servicio de telefonía, internet, electricidad, etc.	250.00

IV. DISCUSIÓN

El objetivo general planteado fue determinar la relación que existe entre la gestión estratégica empresarial y la comunicación organizacional dentro de la empresa Hunter S.A.C., Independencia, 2018, para el cumplimiento de los objetivos de la investigación se aplicó los instrumentos de las variables gestión estratégica empresarial y la comunicación organizacional. Estos instrumentos fueron elaborados de acuerdo a las dimensiones e indicadores de las variables de estudio.

El reporte de los resultados de la descripción estadística de la variable gestión administrativa empresarial, en la tabla 11 de datos, el 22.0% perciben un nivel pésimo en la variable Gestión estratégica empresarial, el 22.0% un nivel deficiente, el 36.6% un nivel bueno y el 19.5% un nivel muy bueno; siendo el nivel bueno el predominante en la variable Gestión estratégica empresarial. Hernández (2013), en su tesis doctoral: “Modelo de gestión estratégica empresarial según nuevas tendencias: intangibles e innovación de la calidad total. Aplicación al sector camaronero de Venezuela. Tuvo como objetivo general, diseñar un modelo de gestión empresarial de acuerdo a las nuevas tendencias: intangibles y calidad total, de aplicación a las empresas del sector camaronero de Venezuela. Pues bien, se considera que los resultados obtenidos en la tesis de Hernández, se concentran en la integración de un modelo integral que de hecho en la empresa Hunter Perú, aún carece de una gestión íntegra ya que no se ha adaptado en su totalidad a las nuevas tendencias del mercado. Este estudio lo fundamenta Plaza & Janes (2007) quienes señalaron que: “la gestión administrativa es la acción y efecto de administrar, buscar ganar, hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de su deseo cualquiera” (p. 25).

El reporte de los resultados de la descripción estadística de la variable comunicación organizacional, en la tabla 12 de datos, el 19.5% perciben un nivel bajo en la variable Comunicación organizacional, el 17.1% un nivel medio, el 43.9% un nivel alto y el 19.5% un nivel muy alto siendo el nivel alto el predominante en la variable Comunicación organizacional. Este estudio lo sustenta Rebeil (2010, pp.87-88) quien definió que la Comunicación Organizacional como un “proceso mediante el cual un individuo o una de las unidades de la organización se pone en contacto con otro individuo u otra unidad”.

Para el contraste de la hipótesis general, en la tabla 17, el coeficiente de correlación Rho de Spearman evidencia una relación estadísticamente significativa, muy alta ($r= 0.756$) y directamente proporcional, entre gestión estratégica empresarial y comunicación organizacional; asimismo, debido a que el $p_valor < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis general; este resultado es similar al estudio realizado por. Balarezo (2014), quien en los resultados encontró las falencias que presentó la comunicación organizacional interna estaba repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización, además influye directamente sobre la baja productividad de la empresa San Miguel Drive, lo sustentan: Betancourt, 2006, p. 27 y Chiavenato, 2015, p. 320

En el contraste de la hipótesis específica 1, en la tabla 18, el coeficiente de correlación Rho de Spearman evidencia una relación estadísticamente significativa, muy alta ($r= 0.668$) y directamente proporcional, entre excelencia y comunicación organizacional; asimismo, debido a que el $p_valor < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis específica 1. Se adhiere Guerrero y Vélez, (2013), “Propuesta de un modelo de Gestión Estratégica empresarial e indicadores de excelencia para la mediana empresa de Guayaquil caso Omaconsa S.A, lo sustenta Chiavenato (2012, p.143)

En el contraste de la hipótesis específica 2, en la tabla 19, el coeficiente de correlación Rho de Spearman evidencia una relación estadísticamente significativa, muy alta ($r= 0.715$) y directamente proporcional, entre innovación y comunicación organizacional; asimismo, debido a que el $p_valor < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis específica 2. Se adhiere Hernández (2013), en su tesis doctoral: “Modelo de gestión estratégica empresarial según nuevas tendencias: intangibles y innovación de la calidad total. Aplicación al sector camaronero de Venezuela. Departamento de Estadística, Econometría, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada de la Universidad de Córdoba; lo confirman Chiavenato (2012, p.144)

En el contraste de la hipótesis específica 3, en la tabla 20, el coeficiente de correlación Rho de Spearman evidencia una relación estadísticamente significativa, alta ($r= 0.620$) y directamente proporcional, entre anticipación y comunicación

organizacional; asimismo, debido a que el $p_valor < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis específica 3; Similarmente se adhiere Aracil (2016), “Gestión estratégica de la reputación. Eje central en la anticipación de la gestión empresarial” tesis para obtener el grado de doctor en la universidad complutense de Madrid. Lo sustenta Chiavenato (2012, p.145)

V. CONCLUSIONES

1. Se concluye, que al hacer el contraste de la hipótesis general usando técnica estadística predictiva del SPSS V23, responde al objetivo general de esta investigación donde se manifiesta que si existen evidencias suficientes para afirmar que la gestión estratégica empresarial tiene relación positiva y significativa con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.AC. Independencia, 2018.
2. Del mismo modo, al realizar el contraste de la hipótesis específica 1, para determinar el objetivo específico planteado en esta investigación, se evidencia que sí existen elementos suficientes para afirmar que la excelencia tiene relación positiva y significativa con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.AC. Independencia, 2018; es decir, que según los resultados del estudio en la empresa la excelencia es buena pero no muy buena como se espera.
3. Asimismo, en el contraste de la hipótesis específica 2, en relación al segundo objetivo específico usando técnica estadística predictiva del SPSS V21, existen evidencias de convicción para afirmar que la innovación en la gestión estratégica empresarial tiene relación positiva y significativa con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.AC. Independencia, 2018 ($r_s = 0.715$, $p < 0.05$).
4. Por último, se concluye que el contraste de la hipótesis específica 3, en relación a la anticipación en la gestión estratégica empresarial usando técnica estadística predictiva del SPSS V21, se vincula la existencia de evidencias suficientes para afirmar que hay relación positiva y significativa con la comunicación organizacional en la empresa Hunter Perú S.AC. Independencia, 2018 ($r_s = 0.620$, $p < 0.05$).

VI. RECOMENDACIONES

- 1.** El gerente de la Empresa Hunter Perú S.A.C., Independencia 2018, da a conocer los resultados de la investigación a fin de conocer la importancia de la gestión estratégica empresarial y su relación con la comunicación para afianzar una buena gestión estratégica mediante la comunicación organizacional, donde propone estrategias de una administración por objetivos y autocontrol.
- 2.** El gerente de la Empresa Hunter Perú S.A.C., Independencia debe hacer capacitaciones a todos los agentes de la empresa para afianzar resultados de excelencia, para lograr un desarrollo continuo a través de una buena gestión estratégica empresarial y una buena comunicación organizacional.
- 3.** El gerente debe generar capacitaciones para los trabajadores en torno a la innovación en la gestión empresarial a fin de innovar el desempeño de los trabajadores y les permitan fortalecer el trabajo favoreciendo el desarrollo de capacidades y actitudes a través de la comunicación organizacional.
- 4.** El Gerente debe generar capacitaciones en torno a la anticipación estratégica y adoptar medidas o mecanismos que permitan el reconocimiento o estímulo a los trabajadores por los logros obtenidos en el desempeño de sus funciones, toda vez que esto es un factor sumamente valioso para contribuir a la calidad de los resultados que espera obtener la empresa para su mejor desarrollo y crecimiento organizacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. (3^{era}ed.). Colombia: Pearson Education.
- Betancourt, R. (2002). Gestión Estratégica: Navegando hacia el cuarto paradigma. (3^{era} ed.). Venezuela.
- Betancourt, R. (2006). Gestión Estratégica: Navegando hacia el cuarto paradigma. (3^{era} ed.). Venezuela
- Chiavenato, I. (2015). Comunicación Organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones. (3^{era}ed.).
- Diez, F. Probabilidad y estadística matemática: aplicaciones en la práctica clínica sanitaria. Recuperado por: <https://books.google.com.pe/books?id=J12IRXENQ88C&printsec=frontcover&dq=Juez,++Martel,+Francisco+Javier+D%C3%ADez+Vegas.+Probabilidad+y+estad%C3%ADstica+matem%C3%A1tica:+>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación (6 ed.). México: McGraw-Hill.
- Ildefonso, E. (2005). Análisis de encuestas. Madrid. Recuperado por: <https://books.google.com.pe/books?id=qFczOOiwRSgC&printsec=frontcover&dq=que+es+una+encuesta&hl=es->
- Lara M., Erica. (2013). Fundamentos de investigación- un enfoque por competencias. (2^{da} ed.). Recuperado por: <https://books.google.com.pe/books?isbn=6077077844>
- Manes, M. (2004). Gestión Estratégica para instituciones Educativas. (2^{da} ed.). Buenos Aires: Granica.
- Solís, k. (13-03-2014). Análisis de la administración estratégica. Gestipolis. Recuperado por: <http://www.gestipolis.com/analisis-de-la-administracion-estrategica/>

Soto, Beatriz. El liderazgo empresarial.

Recuperado por: <http://www.gestion.org/recursos-humanos/liderazgo/45937/el-liderazgo-empresarial/>

Stoner, J., Freeman, R., Gilbert, D. (2010). Administración. (6^{ta} ed.). Naulcalpan de Juárez-México.

Tamayo y Tamayo. (1999). Aprender a investigar. (3^{era}ed.). Santa Fe de Bogotá.

Yorbin L. (19 de noviembre de 2015). Investigación censal [Mensaje en un blog].

Recuperado de <https://es.slideshare.net/Metodologia1uft/investigacin-censal>

REFERENCIAS DE TESIS

Reyes G. (2012) en su tesis doctoral, Proyecto de Investigación Gestión Empresarial y Desarrollo en Economía para el Desarrollo y Relaciones Internacionales de la Universidad de Pittsburgh, con certificados de posgrado de las universidades de Pennsylvania y Harvard.

Guerrero H. y Vélez, W. (2013), en su tesis: “Propuesta de un modelo de Gestión Estratégica e indicadores para la mediana empresa de Guayaquil caso Omaconsa S.A.

Hernández J. (2013) en su tesis doctoral: “Modelo de gestión empresarial según nuevas tendencias: intangibles y calidad total. Aplicación al sector camaronero de Venezuela”

Ibalarezo B. (2014) en su tesis: “La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE”.

Montero M. (2014). “Comunicación interna y gestión organizacional en la institución educativa Micaela bastidas, distrito de Iquitos, 2013”

Trani J. (2014-2015) en su tesis de Master en Dirección de Entidades Aseguradoras y Financieras: “La Comunicación Interna Una herramienta al servicio de las organizaciones”

[http://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-liderazgo-empresas-mixtas sector-petrolero/](http://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-liderazgo-empresas-mixtas-sector-petrolero/)

Anexos

Anexo 1

Anexo 2
Instrumentos

INSTRUCCIONES: Marque con una (x), la alternativa que usted considera válida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

PESIMA	DEFICIENTE	BUENA	MUY BUENA
1	2	3	4

GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN			
		1	2	3	4
1	Considera usted que existe supervisión en sus áreas de trabajo.				
2	Considera usted tener buena relación con sus compañeros de trabajo.				
3	Considera usted realizar algunos aportes que favorecen el desarrollo de la empresa.				
4	Considera usted estar conforme con sus pagos de haberes que la empresa le otorga cada fin de mes				
5	Considera usted que su jefe es flexible.				
6	Considera usted que la empresa donde labora motiva o reconoce tu aporte o creatividad				
7	Considera usted que la organización incentiva tu iniciativa a crear cosas nuevas en tu área.				
8	Considera usted que su jefe es un guía motivador para sus labores.				
9	Considera usted que su organización es líder en el mercado nacional				
10	Considera usted que la organización cuenta con estrategias de competitividad.				
11	Considera usted que las estrategias de negocio pueden producir los cambios en su empresa.				
12	Usted estaría de acuerdo que se incorpore un nuevo modelo de gestión en la empresa.				

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

INSTRUCCIONES: Marque con una (x), la alternativa que usted considera válida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO
1	2	3	4

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN			
		1	2	3	4
1	Considera usted que los objetivos planteados por la empresa son viables para su cumplimiento.				
2	Está de acuerdo con los objetivos de corto, mediano y largo plazo que plantea la empresa.				
3	¿Percibe usted que existe una responsabilidad compartida por parte de la gerencia y los trabajadores?				
4	Considera que las actividades se realizan de acuerdo a la reglamentación.				
5	Considera usted que las normas de la organización son claras y precisas.				
6	Considera usted que hay mejor desempeño cuando la comunicación se da de forma fluida, clara y precisa.				
7	Considera usted que los medios electrónicos en la comunicación favorecen en el desempeño laboral.				
8	Considera usted que debe existir estándares de calidad que debe emplear la gerencia				
9	Considera usted que existe comunicación clara y precisa entre trabajadores y la gerencia.				
10	Considera usted que la gerencia proporciona los medios para desarrollar las actividades con eficacia.				
11	Considera usted que existe coordinación entre las diferentes áreas.				
12	Considera usted que las áreas tienen la capacidad y certeza de solucionar sus problemas.				

Gracias por su colaboración

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS


Título de la investigación: : "GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA HUNTER PERÚ S.A.C., INDEPENDENCIA 2018"

Apellidos y nombres del Investigador:

VICTORIANO RUBÉN CORDOVA VILLAVICENCIO

Apellidos y nombres del experto: *Humberto Zarate Alvarado*

ASPECTO POR EVALUAR

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL	Ejecución	Control	1) Considera usted que existe supervisión en sus áreas de trabajo.	Ordinal	/			
			2) Considera usted tener buena relación con sus compañeros de trabajo.		/			
			3) Considera usted realizar algunos aportes que favorezcan el desarrollo de la empresa.		/			
		Creatividad	4) Cree usted estar conforme con sus pagos de haberes que la empresa le otorga cada fin de mes.		/			
			5) Considera usted que su jefe es flexible.		/			
			6) Cree usted que la empresa donde labora motive o reconozca su aporte o creatividad.		/			
	Anticipación	Liderazgo	7) Considera usted que la organización incentiva su iniciativa a crear cosas nuevas en tu área.		TD = Total desacuerdo D = Desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TA = Total acuerdo	/		
			8) Considera usted que su jefe es un guía motivador para sus labores.			/		
			9) Cree usted que su organización es líder en el mercado nacional.			/		
		Tendencias	10) Considera usted que la organización cuenta con estrategias de competitividad.			/		
			11) Considera usted que las estrategias de negocio pueden producir los cambios en su empresa.			/		
			12) Usted estaría de acuerdo que se incorpore un nuevo modelo de gestión en la empresa.			/		
Firma del experto			Fecha 14/05/2018					

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, son seleccionados en concordancia con el modelo de gestión.

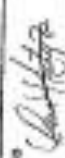
Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA HUNTER PERU S.A.C., INDEPENDENCIA 2018"


Apellidos y nombres del investigador: VICTORIANO RUBÉN CORDOVA VILLAVICENCIO

Apellidos y nombres del experto: *Alfonso Zoraida Moya Ordoñez*

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI, CUMPLE	NO CUMPLE
Comunicación Organizacional	Comunicación descendente	Objetivos	2) Cree usted que los objetivos planteados por la empresa son viables para su cumplimiento.	Ordinal	/	
		Valores	2) Está de acuerdo con los objetivos de corto, mediano y largo plazo que plantea la empresa.		/	
			3) Percibe usted que ejerce una responsabilidad compartida por parte de la gerencia y los trabajadores?		/	
	Comunicación ascendente	Reglamento	4) Considera que las actividades se realizan de acuerdo a la reglamentación.		/	
			5) Considera usted que las normas de la organización son claras y precisas.		/	
	Comunicación ascendente	Desempeño	6) Considera usted que hay mejor desempeño cuando la comunicación sea de forma fluida, clara y precisa.	TD = Total de acuerdo D = Desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TA = Total acuerdo	/	
			7) Considera usted que los medios electrónicos en la comunicación favorecen al desempeño laboral.		/	
		Calidad	8) Considera usted que debe existir estándares de calidad que debe emplear la gerencia.		/	
	Comunicación horizontal	Eficiencia	9) Considera usted que existe comunicación clara y precisa trabajadores y gerencia.		/	
			10) Considera usted que la gerencia prioriza los medios para desarrollar las actividades con eficacia.		/	
Firma del experto	Comunicación horizontal	Coordinación	11) Considera usted que existe coordinación entre las diferentes áreas.		/	
		Solución	12) Considera usted que las áreas tienen la capacidad y criterio de solucionar sus problemas.		/	
Fecha <i>21/02/2018</i> 						


Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, se clasifican en dependencia de la naturaleza de la investigación y de los variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA HUNTER PERU S.A.C., INDEPENDENCIA 2018"					
Apellidos y nombres del Investigador: VICTORIANO RUBÉN CORDOVA VILLAVICENCIO					
Apellidos y nombres del experto: <i>Hg. Casda Zenate, Carlos</i>					
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE / NO CUMPLE
GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL	Excelencia	Control	1) Considera usted que existe supervisión en sus áreas de trabajo.	Ordinal	
		Clima laboral	2) Considera usted tener buena relación con sus compañeros de trabajo.	Ordinal	
		Satisfacción de necesidades	3) Considera usted realizar algunos aportes que favorecen el desarrollo de la empresa.	Ordinal	
	Innovación	Creatividad innata	4) Cree usted estar conforme con sus pagos de haberes que la empresa le otorga cada fin de mes.	Ordinal	
			5) Considera usted que su jefe es flexible.	Ordinal	
Anticipación	Liderazgo	Creatividad innata	6) Cree usted que la empresa donde labora motive o reconozca tu aporte o creatividad.	Ordinal	
			7) Considera usted que la organización incentiva tu iniciativa a crear cosas nuevas en tu área.	Ordinal	
			8) Considera usted que su jefe es un guía motivador para sus labores.	Ordinal	
	Cambios	Tendencias	9) Cree usted que su organización es líder en el mercado nacional.	Ordinal	
			10) Considera usted que la organización cuenta con estrategias de competitividad.	Ordinal	
			11) Considera usted que las estrategias de negocio pueden producir los cambios en su empresa.	Ordinal	
Firma del experto		 Fecha <i>21/5/18</i>			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTION ESTRATEGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACION ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA HUNTER PERU S.A.C., INDEPENDENCIA 2018"						
Apellidos y nombres del Investigador: VICTORIANO RUBEN CORDOVA VILLAVICENCIO						
Apellidos y nombres del experto:						
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE
Comunicación Organizacional	Comunicación descendente	objetivos	1) Cree usted que los objetivos planteados por la empresa son viables para su cumplimiento.	Ordinal		
			2) Esta de acuerdo con los objetivos de corto, mediano y largo plazo que plantea la empresa.	Ordinal		
		Valores	3) Percibe usted que existe una responsabilidad compartida por parte de la gerencia y los trabajadores?	Ordinal		
			4) Considera que las actividades se realizan de acuerdo a la reglamentación.	Ordinal		
		Reglamento	5) Considera usted que las normas de la organización son claras y precisas.	Ordinal		
	Comunicación ascendente	Desempeño	6) Considera usted que hay mejor desempeño cuando la comunicación se da de forma fluida, clara y precisa.	Ordinal		
			7) Considera usted que los medios electrónicos en la comunicación favorecen en el desempeño laboral.	Ordinal		
		Calidad	8) Considera usted que debe existir estándares de calidad que debe emplear la gerencia.	Ordinal		
			9) Considera usted que existe comunicación clara y precisa trabajadores y gerencia.	Ordinal		
		Eficiencia	10) Considera usted que la gerencia proporciona los medios para desarrollar las actividades con eficacia.	Ordinal		
Comunicación horizontal	Coordinación	11) Considera usted que existe coordinación entre las diferentes áreas.	Ordinal			
	Solución	12) Considera usted que las áreas tienen la capacidad y certeza de solucionar sus problemas.	Ordinal			
Firma del experto				Fecha: 21/11/2018		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA HUNTER PERU S.A.C., INDEPENDENCIA 2018"							
Apellidos y nombres del investigador: VICTORIANO RUBÉN CORDOVA VILLAVICENCIO							
Apellidos y nombres del experto: <u>Dr. CASTILLO CASTILLO PEDRO</u>							
ASPECTO POR EVALUAR							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OPINIÓN DEL EXPERTO
GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL	Ejecución	Control	1) Considera usted que existe supervisión en sus áreas de trabajo.	Ordinal	/		
		Clima laboral	2) Considera usted tener buena relación con sus compañeros de trabajo.	Ordinal	/		
			3) Considera usted realizar algunos aportes que favorecen el desarrollo de la empresa.	Ordinal	/		
		Satisfacción de necesidades	4) Cree usted estar conforme con sus pagos de haberes que la empresa le otorga cada fin de mes.	Ordinal	/		
	5) Considera usted que su jefe es flexible.		Ordinal	/			
	Innovación	Creatividad Innata	6) Cree usted que la empresa donde labora motiva o reconoce tu aporte o creatividad.	Ordinal	/		
			7) Considera usted que la organización incentiva tu iniciativa a crear cosas nuevas en tu área.	Ordinal	/		
		Liderazgo	8) Considera usted que su jefe es un guía motivador para sus labores.	Ordinal	/		
			9) Cree usted que su organización es líder en el mercado nacional.	Ordinal	/		
	Anticipación	Cambios	10) Considera usted que la organización cuenta con estrategias de competitividad.	Ordinal	/		
			11) Considera usted que las estrategias de negocio pueden producir los cambios en su empresa.	Ordinal	/		
		Tendencias	12) Usted estaría de acuerdo que se incorpore un nuevo modelo de gestión en la empresa.	Ordinal	/		
Firma del experto			Fecha <u>12/06/18</u>				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

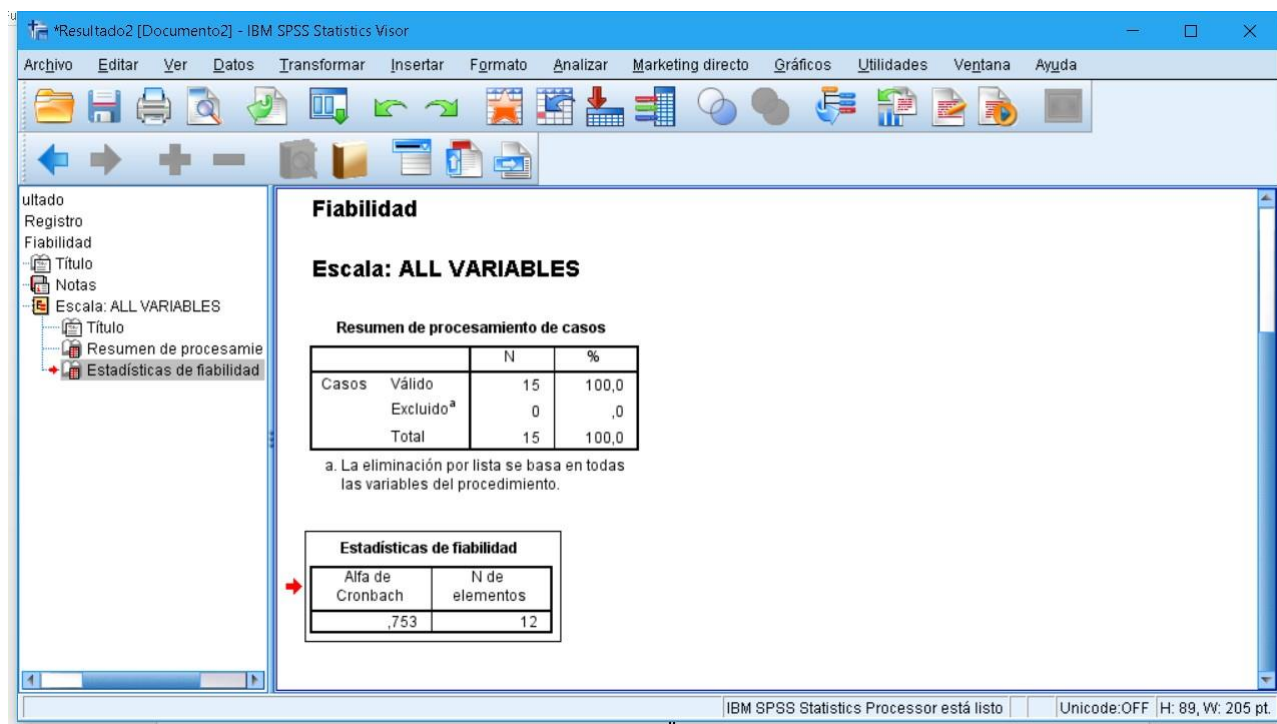
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA HUNTER PERÚ S.A.C., INDEPENDENCIA 2018"							
Apellidos y nombres del investigador: VICTORIANO RUBÉN CORDOVA VILLAVICENCIO							
Apellidos y nombres del experto: DA. CORNELIA CASANOVA PLO							
ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Comunicación Organizacional	Comunicación descendente	objetivos	1) Cree usted que los objetivos planteados por la empresa son viables para su cumplimiento.	Ordinal	/		
			2) Esta de acuerdo con los objetivos de corto, mediano y largo plazo que plantea la empresa.	Ordinal	/		
		Valores	3) Percibe usted que existe una responsabilidad compartida por parte de la gerencia y los trabajadores?	Ordinal	/		
			4) Considera que las actividades se realizan de acuerdo a la reglamentación.	Ordinal	/		
	Comunicación ascendente	Reglamento	5) Considera usted que las normas de la organización son claras y precisas.	Ordinal	/		
			6) Considera usted que hay mejor desempeño cuando la comunicación se da de forma fluida, clara y precisa.	Ordinal	/		
		Desempeño	7) Considera usted que los medios electrónicos en la comunicación favorecen en el desempeño laboral.	Ordinal	/		
			8) Considera usted que debe existir estándares de calidad que debe emplear la gerencia.	Ordinal	/		
	Comunicación horizontal	Calidad	9) Considera usted que existe comunicación clara y precisa trabajadores y gerencia.	Ordinal	/		
			10) Considera usted que la gerencia proporciona los medios para desarrollar las actividades con eficacia.	Ordinal	/		
		Coordinación	11) Considera usted que existe coordinación entre las diferentes áreas.	Ordinal	/		
			Solución	12) Considera usted que las áreas tienen la capacidad y certeza de solucionar sus problemas.	Ordinal	/	
Firma del experto			Fecha 21/06/18				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

ANEXO 3 PANTALLAZOS PRUEBA DE CONFIABILIDAD

Confiabilidad comunicación organizacional



*Sin título [Conjunto de datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

16: VAR00001

Visible: 12 de 12 variables

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR	VAR	VAR	VAR	VAR	VAR
1	4,00	3,00	5,00	5,00	4,00	5,00	1,00	1,00	4,00	5,00	3,00	3,00						
2	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00						
3	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	3,00						
4	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00						
5	4,00	5,00	4,00	4,00	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00	1,00	5,00	5,00						
6	3,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00	3,00	5,00						
7	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00						
8	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	3,00	4,00						
9	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00						
10	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00						
11	4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	3,00	5,00	3,00	1,00	3,00	3,00	3,00						
12	3,00	5,00	2,00	4,00	3,00	4,00	5,00	3,00	4,00	4,00	3,00	2,00						
13	3,00	4,00	5,00	2,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00						
14	4,00	3,00	5,00	4,00	4,00	1,00	5,00	3,00	5,00	3,00	1,00	5,00						
15	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	3,00	5,00	4,00	2,00	4,00	3,00						
16																		
17																		
18																		
19																		
20																		
21																		
22																		
23																		
24																		
25																		
26																		
27																		

Vista de datos Vista de variables

Ver a Configuración para activar Windows.

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:OFF



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Victoriano Cordova Villavicencia
Título del ejercicio: planificacion y productividad
Título de la entrega: GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRES..
Nombre del archivo: 8-_VICTORIANO_RUBEN_CORDO...
Tamaño del archivo: 870.14K
Total páginas: 73
Total de palabras: 14,752
Total de caracteres: 84,010
Fecha de entrega: 06-dic-2018 02:52p.m. (UT C-0500)
Identificador de la entrega: 1052127486



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA HUNTER PERÚ S.A.C., INDEPENDENCIA
2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN

AUTOR:
VICTORIANO RUBEN CORDOVA VILLAVICENCIO

ASESOR:
Dr. JUAN MANUEL VASQUEZ ESPINOZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA - PERÚ
2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

VICTORIANO RUBEN CORDOVA VILLAVICENCIO

INFORME TITULADO:

GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

EN LA EMPRESA HUNTER PERÚ S.A.C. INDEPENDENCIA

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:


LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 20-07-2018

NOTA O MENCIÓN: 13



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : 908-PP-PR-02-02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo, Juan Manuel Vásquez Espinoza docente de la Facultad Ciencias empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo Lima Los Olivos (precisar filar o sede), revisor(a) de la tesis titulada.

"GESTION ESTRATEGICA EMPRESARIAL Y COMUNICACION ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA HUNTER PERU S.A.C. LIMA 2018"

Del (de la) estudiante CORDOVA VILLAVICENCIO VICTORIANO RUBEN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22..% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizo dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha.....15 Agosto 2018.....



Firma

Dr. Juan Manuel Vásquez Espinoza

DNI: 09301600